MAG!!!

Wir suchen Verlagsleiter. Traumjob.
Fürstliches Gehalt, wenig Arbeit,
Dienst-Cabrio, kein Stress,
viel Urlaub.

berichte.

recherchieren.

marktanalyse.

demos testen.

fotos machen.

layout.

leserbriefe.

bestechung?

top ten.

tips & tricks.

hits & flops.

ANLEITUNG



A FUNSOFT. COMPANY



Sehr geehrter Kunde,

bitte senden Sie auf jeden Fall die dem Produkt beiliegende Registrierungskarte ein. Sobald diese bei uns eingegangen ist, haben Sie die Möglichkeit, unseren kostenlosen Kundenservice in Anspruch zu nehmen. Sie können dann unsere Hotline unter der Telefonnummer 02 34/ 9 320-555 anrufen. Nach Einsendung der Karte erhalten Sie ebenfalls Ihre persönliche Kundennummer, die Sie dann bei eventuell auftretenden Problemen bitte immer mit angeben.
Sollte der Datenträger einmal nicht lauffähig sein, senden Sie diesen bitte einfach zusammen mit der Karte und dem Kaufbeleg an uns ein. Ein kostenloser Austausch ist allerdings nur 90 Tage ab Kaufdatum möglich; nach Überschreiten dieser Frist berechnen wir eine Bearbeitungsgebühr von 10. - DM pro Datenträger. Sie werden dann schnellstmöglichen Ersatz erhalten.
Sofern Sie andere Probleme mit unseren Produkten haben, rufen Sie uns doch bitte an oder schreiben uns, wobei Ihrem Brief immer ein frankierter und an sich selbst adressierter Rückumschlag beiliegen sollte.

Wir wünschen Ihnen nun viel Spaß mit diesem Produkt.

Greenwood Entertainment Software GmbH
Kundenbetreuung - Postfach 10 09 47 - 44709 Bochum



Inhaltsverzeichnis



Einleitung

Lange hat es gedauert, aber nun konnte auch eine weitere Lücke im Markt der Wirtschaftssimulationen geschlossen werden, ein Spiel, das sich ausschließlich mit dem Computer- und PC-Magazinmarkt der Entertainment-industrie auseinandersetzt. Den besonderen Reiz des Spieles machen sicherlich die "historischen Szenarien" aus. Sie können als Spieler ein Jahrzehnt Computer-spielgeschichte mitverfolgen und, was noch viel entscheidender ist, mitbeeinflussen bzw. prägen.

Wer erinnert sich nicht gerne an die Pionierzeiten im Heimcomputerbereich mit C 64 und Schneider CPC und den vielen anderen tollen 8-bit Maschinen zurück. Damals sprudelten die Firmen nur so vor innovativen Spielkonzepten, konnten Programmierer ein Spiel noch im Alleingang erstellen und entwickelte sich auch in Deutschland eine langsam wachsende Zeitschriftenszene, die mittlerweile kaum noch zu überschauen ist. Dieses Flair, mit all seinen Höhen und Tiefen bzw. schnellebigen Entwicklungen, soll Ihnen unter anderem nähergebracht werden.

Es wurde anhand umfangreicher Recherche versucht, den kompletten Markt der Systeme und Magazine von 1986 an möglichst real widerzuspiegeln. Dies mag uns aufgrund der Datenfülle wahrscheinlich nicht hundertprozentig gelungen sein: trotzdem haben wir uns nach besten Kräften bemüht, alle Informationen und Fakten korrekt wiederzugeben.

Bei alledem darf natürlich nicht vergessen werden, daß in einem solchen Spiel bestimmte Sachverhalte vereinfacht und einige feste Annahmen gesetzt werden mußten (nicht wahr liebe Redakteure und Spieletester!). Wer außerdem erwartet hat, von jedem Spiel der letzten 10 Jahre auch noch Grafiken oder spielbare Versionen 'echt' begutachten und testen zu können, der muß an dieser Stelle leider enttäuscht werden. Ein solches Unterfangen ist zum einen aus rechtlichen Gründen und zum anderen aufgrund der immensen Datenmengen (mehrere hundert CD's bzw. tausende von Disketten wären dafür erforderlich gewesen) nicht möglich.



Eines aber wollten wir trotz all der Statistiken, Finanzen und 'Machtkämpfe' nicht vernachlässigen: den Humor! Wir haben dieses Spiel letztendlich auch programmiert um die eigene Branche (Soft- und Hardwareentwicklung) sowie die dazugehörende Zeitschriftenszene "auf's Korn zu nehmen". Also, nicht alle Meldungen und Artikel sind ernst gemeint oder sollten überinterpretiert werden!

Viel Spaß beim Spielen!

Installation und Programmstart

IBM-PC und kompatible

Sie benötigen mindestens einen 386er Rechner mit 8 MB Speicher und einer VGA Karte mit VESA-Treiber oder VESA-kompatiblem BIOS, sowie das Betriebssystem MS DOS V 5.X oder höher. Die Grafikkarte muß einen 640x480-Modus in 256 Farben (SVGA) darstellen können (Video RAM mind. 1 MByte). Außerdem werden soundblasterkompatible Karten vom Spiel aus unterstützt. Außer dem Betriebssystem, dem Maustreiber und Treiber für zusätzliches RAM sollten keine weiteren Programme resident geladen werden.

Installation der Diskettenversion auf Festplatte

Booten Sie Ihr System wie gewohnt. Legen Sie Diskette 1 in Laufwerk A: oder B: ein, wechseln Sie mit A: <RETURN> bzw. B: <RETURN> auf das entsprechende Laufwerk und rufen dann das Installationsprogramm mit INSTALL <RETURN> auf. Folgen Sie den Anweisungen auf dem Bildschirm. Das Spiel belegt ca. 15 MByte Ihrer Festplattenkapazität.

Installation der CD-ROM-Version

Legen Sie bitte die CD in Ihr CD-ROM Laufwerk ein und wechseln dann auf dieses (z. B. D: <RETURN>, wenn Ihr CD-ROM Laufwerk dort angemeldet ist), um die CD anzusprechen. Rufen Sie nun das Installationsprogramm mit INSTALL <RETURN> auf. Folgen Sie den Anweisungen auf dem Bildschirm. Das Programm legt auch ein Unterverzeichnis auf der Festplatte an. Dort werden der Editor inklusive Daten, das Hauptprogramm und im späteren Spielverlauf auch die entsprechenden Spielstände gespeichert. Dazu werden, je nach Anzahl der Spielstände, zwischen 1 und 5 MByte Ihrer Festplatte beansprucht.

Spielstart

Legen Sie bitte die CD in Ihr CD-ROM Laufwerk ein und wechseln in das Verzeichnis Ihrer Festplatte, in das Sie das Spiel istalliert haben (z. B. mit CD\MAG <RETURN>), und starten es dann MAG! <RETURN>.

Commodore Amiga

Sie benötigen für das Spiel mindestens 1 MByte Speicher und Kickstart 1.3 oder höher. Eine Festplatte wird empfohlen, benötigt werden dann allerdings 2 MByte Hauptspeicher.
Hinweis: MAG! darf aus Speicherplatzgründen bei einem Rechner mit 1 MByte Speicher nur mit einem Diskettenlaufwerk betrieben werden. Sollten Sie also über ein Zweitlaufwerk verfügen, so klemmen Sie dieses vor dem Start bitte ab (ein bloßes Ausschalten reicht hierfür nicht aus). Um in den Genuß der verschiedenen Musikstücke zu kommen benötigen Sie ebenfalls 2 MByte Hauptspeicher.

Spiel von Diskette

Legen Sie Diskette 1 in Laufwerk DF0: ein und schalten Sie den Monitor und den Rechner an. Das Spiel lädt automatisch. Folgen Sie den Anweisungen auf dem Bildschirm.

Installation auf Festplatte

Laden Sie wie üblich Ihre Workbench. Legen Sie Diskette 1 in Laufwerk DF0: ein. Die Workbench lädt ein Installationsicon, welches Sie anschließend durch einen Doppelklick aufrufen. Folgen Sie den Anweisungen auf dem Bildschirm.

Spiel von Festplatte

Öffnen Sie die Schublade, in der Sie das Spiel installiert haben und klicken Sie dann das Icon MAG! doppelt an.

Schnelleinstieg

Da Sie jetzt sicherlich gespannt auf das Spiel sind, können Sie nach Kenntnis dieses Kapitels bereits Ihre ersten Stunden in der Redaktion verbringen. Um vor Spielstart nicht das komplette Handbuch lesen zu müssen, reicht es aus, wenn Sie zum Schnelleinstieg lediglich die Kapitel "Spielbeginn", "Aufmachung", "Rubriken" und "Generelle Steuerung" überfliegen und sich dann den Kapiteln "Tür -> Flur", "Ablage -> Neue Testmuster" und "Lichtschalter -> Weiter" etwas intensiver widmen. Die Zentralen Aspekte zum weiteren Verständnis und zum Ablauf des Spieles erfahren Sie in den Abschnitten "Redakteur -> Rubriken", "Spieleverpackungen -> Rezensionsmuster", "Die Redaktionskonferenz" und "Das komprimierte Magazin". Alles weitere wird sich entweder intuitiv beim Spielen oder durch gezieltes Nachlesen im Handbuch finden. Um es noch einmal auf den Punkt zu bringen:
Das wichtigste zu Spielbeginn ist die Verteilung der Rubriken und die Verteilung der Testmuster auf Ihre Redakteure und freien Mitarbeiter. Schließlich soll am Ende des Monats ja kein inhaltlich leeres Heft in die Druckerei wandern! Das würden Ihnen die Leser und Ihr Bankkonto nicht verzeihen...

Spielbeginn

Alten Spielstand laden

Eine Box mit den zuvor gespeicherten Spielständen erscheint. Klicken Sie den entsprechenden Spielstand Ihrer Wahl an. Nach dem Ladevorgang können Sie an der Stelle fortfahren, an der Sie zuvor das Spiel unterbrochen und abgespeichert haben.

Neues Spiel beginnen

Zunächst werden Sie gefragt, wie viele Spieler an einer Session teilnehmen möchten. Maximal können 4 Personen rundenweise Ihre Verlage delegieren. Danach muß jeder Spieler seinen Vornamen, Nachnamen und den gewünschten Verlagsnamen eingeben. Im Anschluß wird der Schwierigkeitsgrad (1-5) bestimmt. Dieser ist für alle teilnehmenden Spieler verbindlich. Gleiches gilt auch für die Spieldauer. Es ist prinzipiell möglich den kompletten Spielzeitraum von 1986 bis 1995 (Kampagne) oder nur einen ganz bestimmten Zeitraum (z. B. von 1990 bis 1993) auszuwählen. Somit läßt sich für jede neu angesetzte Spielesession die Spieldauer flexibel variieren. Zum Abschluß dieser Voreinstellungen muß noch das Spielziel definiert werden. Zur Auswahl stehen drei Möglichkeiten (Verlag mit dem größtem Marktanteil, Verlag mit dem größten Kapital und der Verlag mit dem höchsten Score). Die letztgenannte Option bietet eine etwas genauere Bewertung an, da der Score aus verschiedenen Faktoren berechnet wird (Beliebtheit, Auflage, Finanzen). Sind Sie mit Ihren Einstellungen zufrieden, bestätigen Sie mit JA, ansonsten wird bei Anwahl von NEIN die gesamte Prozedur wiederholt.

Editor

Das Programm wird verlassen und der Editor geladen. Hier können Sie sämtliche Daten manipulieren oder auch neue Artikel und Tests einfügen. Näheres dazu können Sie noch weiter hinten in diesem Handbuch im Kapitel Editor nachlesen. Nach Verlassen des Editors wird das Spiel erneut geladen. Wichtig: Sie sollten während eines laufenden Spieles keine Daten verändern. Dies hätte zur Folge, daß Ihre alten Spielstände nicht mehr korrekt verarbeitet werden können und das Programm die Daten falsch interpretieren wird (was im schlimmsten Fall zu einem Systemabsturz führen kann).

Manipulationen sollten vor einer Partie vorgenommen werden, um dann mit diesem festen Datenbestand spielen zu können.

Spiel verlassen

Wenn Sie in diesem Startmenü die Taste "ESC" auf der Tastatur drücken, verlassen Sie das Spiel komplett und kehren ins DOS zurück.

Marktsegment des neuen Magazins bestimmen

Zur Auswahl stehen die zuvor im Editor eingestellten Computersysteme. Wenn Sie mit den mitgelieferten Daten z. B. im Jahre 1986 starten, dann stehen Ihnen fünf verschiedene Systeme zur Auswahl (Schneider CPC, Commodore 64, Atari ST, Amiga, PC). Die Bestimmung der Systeme ist eine weitreichende Entscheidung, denn Sie müssen hier schon festlegen, ob Sie ein Magazin für mehrere Systeme anbieten wollen (z. B. ein Multiformat-Magazin mit Atari, Amiga und PC) oder ob Sie sich andererseits für eine Fachzeitschrift mit einem einzelnen Computersystem (z. B. reine C 64 Zeitschrift) entscheiden. Im späteren Spielverlauf können Sie die Wahl der Computersysteme nicht mehr verändern. Entweder Sie stellen Ihre Zeitschrift dann ein oder aber Sie veröffentlichen einfach noch ein oder zwei weitere Magazine mit anderen Schwerpunkten. Maximal kann jeder Spieler drei Magazine gleichzeitig managen. Dies ist nicht zwingend realistisch, allerdings wird aus einer C 64 Zeitschrift auch nicht über Nacht ein Atari ST Heft. Was später für welchen Computer berücksichtigt wird, entscheidet schließlich immer noch der Spieler, so daß man zu Beginn ruhig ein Multiformatmagazin mit allen fünf Systemen veröffentlichen kann. Falls sich im weiteren Spielverlauf ein System vom Markt 'verabschiedet', braucht man es ja auch nicht weiter zu berücksichtigen. Eine Gewichtung der einzelnen Systeme untereinander findet automatisch dadurch statt, daß der Spieler festlegt, wie viele und welche Testberichte für jedes System im Heft erscheinen sollen. Somit kann er z. B. klar den Amiga-Anteil gegenüber dem Atari ST-Anteil im Magazin erhöhen. Die Prioritäten setzt der Spieler also durch die Auswahl und Anzahl der jeweiligen Testmuster selber. Sie sollten nur bei der Auswahl der Systeme zu Beginn im Jahre 1986 vorsichtig sein und gut überlegen,

da Sie auf PC-Testmuster zu diesem Zeitpunkt lange warten können, da es sie schlicht und einfach nicht gab.

Mitarbeiter einstellen

Im Konferenzraum haben Sie Zugriff auf folgende Optionen:
Stellenmarkt (Frau mit grünem Sakko), Magazine (Mann ganz links am Tisch), Verlag (Mappe auf dem Tisch), Finanzen (Herr mit Anzug und Krawatte) und Weiter (Tür).

Stellenmarkt

Hier haben Sie die Möglichkeit neue Mitarbeiter (Redakteure und freie Mitarbeiter) einzustellen. Zu Beginn des Spieles müssen Sie mindestens einen Redakteur oder freien Mitarbeiter einstellen. Dazu klicken Sie die gewünschte Person mit der linken Maustaste an. Es erscheint eine Personalmappe mit verschiedenen Angaben zur entsprechenden Person. Klicken Sie den linken oder rechten Rand der Mappe an, können Sie zu weiteren Kandidaten vor- oder zurückblättern. Das Anklicken der Bosstasse rechts oben im Bild bewirkt, daß Sie den Redakteur oder freien Mitarbeiter einstellen wollen. Falls er ablehnt, können Sie es noch einmal versuchen (aber Vorsicht: höhere Gehaltsvorstellung) oder es bei einer anderen Person probieren. Durch Klick auf die rechte Maustaste gelangen Sie wieder in die Übersichtsliste. Ein weiterer Rechtsklick bringt Sie wieder zurück ins Konferenzzimmer. Achten Sie bei der Einstellung Ihrer Mitarbeiter auf die Charaktereigenschaften und die Qualifikationen bzw. Schwerpunkte Ihrer Kandidaten. Stell



bei einer Person z. B. nur ein Schwerpunkt, dieser aber in Fettschrift, so bedeutet dies, daß derjenige sich besonders gut mit dem jeweiligen Thema (z. B. Rollenspiele) auskennt. Die Eigenschaften und Schwerpunkte der Mitarbeiter können sich je nach Spielverlauf entwickeln bzw. noch nachträglich verändern (sowohl verbessern als auch verschlechtern). Ein ausgewogenes Team mit vielseitigen und umfassenden Schwerpunkten sollte das Ziel Ihrer Personalpolitik darstellen. Die numerische Bewertung bestimmter Eigenschaften geschieht nach dem Schulnotensystem, d. h. von sehr gut (1) bis ungenügend (6). Bedenken Sie bei der Einstellung Ihrer zukünftigen Truppe immer die angestrebte Zielgruppe!

Magazine

Sie erhalten Einblick in die momentan veröffentlichten Entertainmentpublikationen. Ein Linksklick auf ein Magazin bringt eine Übersicht der dort beschäftigten Personen. Auch hier können Sie eine entsprechende Personalmappe jedes einzelnen Mitarbeiters abrufen und versuchen, den entsprechenden Wunschkandidaten bei der Konkurrenz abzuwerben. Dies dürfte aber gerade zu Beginn des Spieles sehr schwierig fallen, denn als Newcomer auf dem Markt müssen Sie sich erst noch bewähren. Sollte Ihr Magazin zu einem späteren Zeitpunkt erfolgreich eingeführt worden sein, dürfte es Ihnen leichter fallen, Mitarbeiter anderer Verlage für sich zu gewinnen. Zumindest haben Sie die Möglichkeit, sich die Mitarbeiter aller Konkurrenzmagazine in Ruhe anzuschauen und daraus mögliche Stärken und Schwächen der Mitbewerber abzuleiten. So können Sie sich zu diesem frühen Zeitpunkt schon einmal einige spätere Wunschkandidaten für den eigenen Verlag vormerken.

Verlag

Es erscheint eine Übersicht Ihrer bereits eingestellten Redakteure und freien Mitarbeiter. Durch Anwählen mit der linken Maustaste können Sie die bekannte Personalmappe auf den Bildschirm bringen. Durch das Anklicken der Bosstasse läßt sich jederzeit das Gehalt eines entsprechenden Mitarbeiters 'außertariflich' erhöhen (und damit vielleicht auch seine Arbeitsmotivation). Über die rechte Maustaste gelangen Sie wieder zurück in den Hauptscreen.

Finanzen

Sie erhalten eine Übersicht über die aktuelle finanzielle Situation des Verlages. Weitere Einzelheiten entnehmen Sie bitte dem Punkt "Finanzen" im Büro des Spielers. Kurz zusammengefaßt wird Ihnen eine Übersicht der Einnahmen und Ausgaben auf Monatsbasis inklusive einer Prognose bis zum Jahresende plus der aktuelle Kassenbestand (Liquidität) anzeigt. Zurück zum Konferenzraum gelangen Sie wie üblich mittels der rechten Maustaste.

Weiter

Klicken Sie die Tür an, kommen Sie zum nächsten Punkt: der Aufmachung Ihres neu einzuführenden Magazins. Diese Option läßt sich erst aufrufen, wenn Sie zuvor mindestens einen Redakteur oder freien Mitarbeiter eingestellt haben.

Eines sei noch kurz angemerkt: wir setzen im Spiel automatisch voraus, daß ein bestimmter Mitarbeiterstamm bereits vorhanden ist und seine Aufgaben auch erfüllt, so z. B.: Redaktionsassistenz, Satz, Layout, Fotografie, Werbegestaltung, Textkorrektur etc. Um diese Gebiete müssen Sie sich also nicht auch noch kümmern.

Nun wird die 'erste' Redaktionskonferenz mit den neuen Mitarbeitern einberufen. Den Begrüßungstext kann man wahlweise durch Maus-/Tastendruck beschleunigen.



Aufmachung

Danach gilt es die Aufmachung des Heftes festzulegen. Zunächst müssen Sie sich zwischen einem farbigen Hochglanzcover (links) oder einem S/W Cover (rechte Bildschirmhälfte) entscheiden. Neben dem Image und Prestige ist dies selbstverständlich in erster Linie eine Frage der Kosten (genaueres im Menüpunkt "Kalkulation"). Die selbe Entscheidung muß auch für die Papierqualität getroffen werden. Im Anschluß daran gilt es noch das grundsätzliche Layout der Seiten zu bestimmen. Dazu stehen Ihnen acht verschiedene Layout-Entwürfe zur Auswahl. Zwischen den Layouten (jeweils vier auf einer Seite) schalten Sie mittels des eingeblendeten Buttons um. Eine Auswahl erfolgt über die linke Maustaste. Bedenken Sie bei der Wahl des Layouts immer die angestrebte Zielgruppe, den aktuellen Zeitgeist und die Art des Heftes (Multiformatmagazin oder spezielle Fachzeitschrift für ein einziges System). Die Auswahl reicht von poppig-bunt über knallig-aggressiv bis hin zum eher sachlich-dezenten 'Outfit'. Aufmachung und Layout können später im Spiel allerdings auch noch geändert werden. Abschließend bestimmen Sie den Namen Ihres neuen Magazins.

Rubriken

Weiter geht es mit der Bestimmung der zu berücksichtigen Rubriken im Heft. Einige grundlegende Dinge wie Editorial und Inserentenverzeichnis sind natürlich fester Bestandteil des Heftes und werden nicht gesondert angeboten. Viele weitere Rubriken werden erst zu einem späteren Zeitpunkt eingeführt, je nachdem, was die Leser fordern bzw. die Redakteure an Vorschlägen unterbreiten. Dies ist unter anderem auch zeitabhängig.

Die nun erscheinende Auswahlbox bietet folgende Rubriken für die
Startausgabe an:

- Aktuelle Meldungen: die üblichen Kurzmeldungen und News des Monats.
- Softwarereviews: Tests von Anwendungsprogrammen, Educationsoftware und Utilityprogrammen.
- Hardwarereviews: Tests und Erfahrungsberichte über diverse Hardwarekomponenten (Drucker, Grafikkarten, etc.).
- Tips & Tricks: Lösungshilfen und Cheats zu den aktuellen Spieleprogrammen.
- Bücher: Rezension von Fachliteratur.

- Arcade: Alles über die neuesten Spielhallenautomaten.
- Sonderthemen: Hier werden diverse aktuelle und interessante Themen aufgegriffen, z. B. Viren, Multimedia, Assemblerprogrammierung etc.

Nicht extra aufgeführt sind die Rubriken Spielereviews und Spielepreviews, da sie den Hauptbestandteil des Magazins ausmachen und mit eigenen Menüs aufgerufen und bedient werden. Nähere Informationen finden Sie unter dem Menüpunkt "Rezensionsmuster" im Redaktionsbüro.

Selbst wenn Sie sich nicht ganz sicher sind, welche Rubriken Sie nun unterstützen sollen, klicken Sie zu Beginn am besten erst einmal alle an. Falls Sie hinterher der Meinung sind, daß die eine oder andere Rubrik überflüssig ist, so teilen Sie dem entsprechenden Themengebiet einfach keine Mitarbeiter zu (so daß dann auch keine Artikel in dem betreffenden Monat recherchiert werden und die Rubrik mit null Seiten sowieso aus dem Heft fällt).

Nach diesen ganz notwendigen Voreinstellungen geht es nun mit dem eigentlichen Spiel los. Dazu erscheint die Grafik Ihres persönlichen Büros. Sie können jetzt endlich in Personalunion Ihre Fähigkeiten als Herausgeber und Chefredakteur unter Beweis stellen.

Wichtiger Hinweis

Als allererstes sollten Sie sich um ausländische Korrespondenten (wegen aktuellerer Nachrichten etc.) und die Verteilung der Rubriken/Rezensionsmuster kümmern (sonst gibt es am Ende des Monats eine 'Nullnummer'). Dazu lesen Sie bitte genaueres unter den Punkten Personal (Redaktionsassistenz), Rubriken und Rezensionsmuster (Redaktionsbüro) nach. Auch die Kontaktpflege ist anfangs bedeutsam, damit Sie auch mit den nötigen Mustern versorgt werden.

Generelle Steuerung

Wenn man mit dem Mauscursor über den Screen fährt zeigt der Rechner durch einen Text automatisch an, ob sich hinter dem entsprechenden Objekt ein Menüpunkt verbirgt. Durch Anklicken mit der linken Maustaste gelangt man zu dem entsprechenden Unterpunkt. Mittels der rechten Maustaste kann man jederzeit zurück ins Hauptmenü springen. Ausnahmen werden in den Menüpunkten gesondert ausgewiesen. Der Spieler kann jeweils durch das Anwählen der Türen in den Büros den Raum verlassen und eine neue Örtlichkeit betreten. Ausgangspunkt dieser Ortswechsel ist in der Regel der Flur/Gang, von dem entsprechende Türen zu allen erreichbaren Räumen führen. Des weiteren kann man durch das Aktivieren der rechten Maustaste einen Raum verlassen, um dann wieder den Flur/Gang zu betreten. Dadurch sparen Sie Zeit, sprich überflüssige Mausklicks, und sind in der Lage, schneller die Büros zu wechseln.

Am oberen Bildschirmrand wird eine Statusleiste mit ständigen Informationen eingeblendet. Im einzelnen sind dies:

- der Spielername
- der Name des aktuellen Magazins
- der aktuelle Monat und das Jahr
- die noch zur Verfügung stehende Zeit bis zur abschließenden Redaktionskonferenz.

Um Zeitdruck und Terminstreß halbwegs realistisch zu simulieren, natürlich auch in Abhängigkeit vom Schwierigkeitsgrad, wird in 'Echtzeit' gespielt. Man hat dann z. B. 5 Minuten Zeit, um alle seine Aufgaben zu erledigen. Danach wäre dann der nächste Spieler an der Reihe. Bezeichnen wir das ganze also besser als 'rundenweise Echtzeitsimulation'. Durch das Ablaufen des Zeitlimits verstreichen automatisch die Tage des Monats. Sobald etwas passiert, wird die 'Zeitrechnung' angehalten (z. B. Ereignisse). Man selber als Spieler wird also nicht durch die Auslastung begrenzt, sondern bestimmt selber seinen 'Streßfaktor' mittels der Echtzeiteinstellung (man bedenke das Managen von zwei oder sogar drei Magazinen gleichzeitig in unterschiedlichen Marktsegmenten!).

Die zur Verfügung stehende Zeit richtet sich nach dem gewählten Schwierigkeitsgrad:

- Anfänger: 13 Minuten
- Durchschnitt: 11 Minuten
- Fortgeschrittener: 9 Minuten
- Profi: 7 Minuten
- Experte: 5 Minuten

Falls man mehrere Magazine veröffentlicht (oder Sonderhefte) erhöht sich dieses Timelimit nicht (wie im wahren Leben). Vielmehr müssen Sie darauf achten, daß Sie Ihre Zeit noch effizienter und produktiver nutzen. Ansonsten können Sie auch einen leitenden Redakteur pro Magazin beschäftigen, der Sie arbeitsmäßig von einigen Pflichtaufgaben entlastet. Nähere Informationen lassen sich unter dem Menüpunkt" Leitender Redakteur" im Personalmenü nachlesen (Redaktionsassistenz).

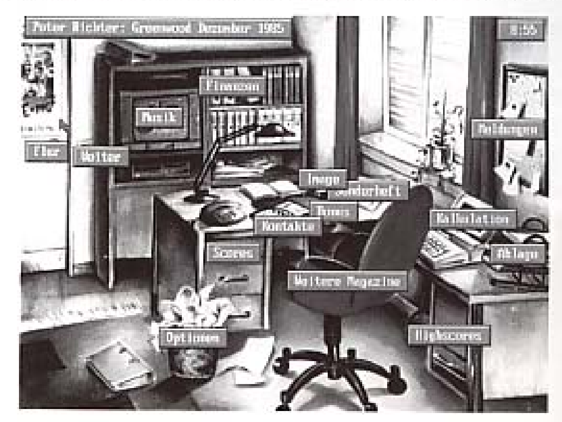
Büro des Spielers

Tür -> Flur

Sie gelangen in den Flur des Verlagsgebäudes, von wo aus Sie alle anderen Örtlichkeiten erreichen können.

Terminkalender auf dem Tisch -> Kontakte

Im Terminkalender werden alle Softwarefirmen und Publisher aufgeführt, mit denen Sie oder Ihre Redakteure einen 'Kontakt' aufgebaut haben. Je mehr Sie Ihre Kon- takte zu den Firmen pflegen, desto umfangreicher wird di



Liste der Firmen und läßt damit die Wahrscheinlichkeit steigen, ein exklusives Muster 'abzustauben'. Nur die rot eingefärbten Firmen bieten tatsächlich neue Informationen an! So müssen Sie nicht immer die komplette Liste abklappern, sondern können sich auf die interessanten Publisher konzentrieren. Klicken Sie eine Firma auf der linken Seite des Terminkalenders an, so erscheint auf der rechten Seite eine entsprechende Information über die zu erwartenden Produkte der jeweiligen Firma. Entweder erfolgt eine Auflistung der kommenden Spiele oder Sie bekommen die Aussage 'zur Zeit keine Infos' präsentiert. Falls der Publisher neue Titel in der Mache hat und damit auch offiziell ankündigt, können Sie mittels der linken Maustaste einen Titel anklicken, um detaillierte Informationen über das Produkt in Erfahrung zu bringen. Außerdem können Sie schon frühzeitig erkennen, wie es um den Softwarenachschub für die einzelnen Systeme bestellt ist.

Nun haben Sie noch die Wahl, ob Sie die entsprechende Firma um ein Exklusivmuster bitten wollen. Die Entscheidung, ob der Publisher Ihnen ein exklusives Muster zum Testen überläßt, hängt vor allem von Ihrer Marktpräsenz (sprich Auflage) ab. Natürlich möchte die Firma ein Exklusivmuster eines potentiellen Hitspieles lieber einem 'großen' Magazin mit 'großem' Publikum anvertrauen, als einem drittklassigen Heft mit zu vernachlässigender Auflage. Wer weiß, wenn Sie zuvor einige Produkte des Herstellers 'verrissen' haben, ob er dann noch bereit ist, Ihnen Exklusivtests zu überlassen? Selbstverständlich werden solche Muster auch an die Konkurrenzmagazine (andere Mitspieler, Computer) vergeben. Tja, wer zu spät kommt, den bestraft das Leben ...

Pinwand -> Meldungen

Hier erscheinen Meldungen und Notizen, die kurzfristig von den Redakteuren recherchiert worden sind (Markttendenzen, Insidernews, Gerüchte, Klatsch und Tratsch). Sie können anhand dieser Infos Marktentwicklungen ableiten oder etwas über die Stimmung in Ihrer Redaktion erfahren. Aber Vorsicht, nicht alles ist allzu ernst gemeint oder entspricht der Wahrheit. Nehmen Sie es mit Humor und tragen Sie es mit Fassung. Schreiben Sie sich um Gottes Willen nichts davon auf Ihre persönliche Kappe ...

Papierkorb -> Optionen

Es erscheint eine Box mit einem Auswahlmenü:

- Spielstand speichern: Das Spiel wird an der aktuellen 'Position' gespeichert. Dazu klicken Sie eines der freien Felder an, um anschließend einen Namen einzugeben, unter dem der Spielstand dann abgespeichert wird. Selbstverständlich können Sie auch ein Feld mit Eintrag auswählen. Tragen Sie einfach den neuen Namen ein, bestätigen Sie mit <RETURN> und schon wird der alte Eintrag überschrieben.
  Wichtiger Hinweis: Amiga User, die mit Diskettenlaufwerk spielen, sollten sich vor Spielstart eine handelsübliche Diskette z. B. über die Workbench formatieren, auf der später maximal drei Spielstände abgespeichert werden können. Versuchen Sie bitte nicht, auf den Originaldisketten Spielstände abzuspeichern.
- alten Spielstand laden: Die Auswahlbox mit den zuvor abgespeicherten Spielständen erscheint auf dem Bildschirm. Wählen Sie den Spielstand Ihrer Wahl mit der linken Maustaste aus. Sie können das Spiel anschließend exakt an der Stelle fortsetzen, an der Sie es zuvor gesichert haben.
- Spiel beenden: Zuvor wird sicherheitshalber noch einmal nachgefragt, dann das Spiel beendet. Um das Spiel endgültig zu verlassen, drücken Sie bitte im folgenden Menü ESC, um zum DOS zurückzukehren.
- Neues Spiel (bei mehreren Heften): Ein neues Spiel kann gestartet werden. Ohne vorheriges Abspeichern wird das aktuelle Spiel unwiderruflich gelöscht.
- Nur Amiga: Animationen ein/aus: Die animierten Redaktionskonferenzen können je nach Rechnerleistung und Konfiguration ein- oder ausgeschaltet werden

Fernseher -> Musikmenü

Die Auswahlbox bietet Ihnen auf dem PC sechs verschiedene CD-Musikstücke und auf dem Amiga vier verschiedene Kompositionen an. Sollte Ihnen keine der Musiken zusagen, können Sie die Musik auch ganz abschalten.

Akten -> Finanzen

Sie erhalten eine Übersicht der finanziellen Situation Ihres Verlages mit den entsprechenden Magazinen. Dazu wird Ihnen eine leicht verständliche Einnahmen-/Überschuß-

rechnung auf dem Screen präsentiert. Zusätzlich erhalten Sie Auskunft über Ihren aktuellen Kassenstand (Liquidität) und mögliche Guthaben oder Schulden (Geldanlage bei der Bank bzw. Verbindlichkeiten durch einen Bank- oder Spielerkredit).

Laptop -> Kalkulation

Unter diesem Punkt können Sie schon einmal eine Vorabkalkulation durchrechnen lassen. Somit haben Sie Gelegenheit, mit verschiedenen Einstellungen (Aufmachung, Umfang, Auflage etc.) zu experimentieren. Die tatsächliche Kalkulation erfolgt erst zu einem späteren Zeitpunkt (nach Abschluß der Redaktionskonferenz). Neben den Einstellungen für Auflage, Preis, Seitenzahl und Papierqualität können Sie auch die im letzten Monat verkauften Exemplare sowie die im aktuellen Monat verkaufte Stückzahl ablesen. Weitere wichtige Kostenaspekte sind die Vertriebs- und Transportkosten, die in direktem Zusammenhang mit der Auflage und der Seitenzahl einzuordnen sind.

Sämtliche Daten (Preis-Absatzfunktionen, Kosten für Papier, Cover, Transport und Vertrieb) wurden durch umfangreiche Recherche ermittelt und stimmen mit den real existierenden Kostenstrukturen deutscher Verlage größtenteils überein. Es wurde versucht, die Wirklichkeit möglichst realistisch abzubilden, um Ihnen den harten Existenzkampf vieler Verlagshäuser vor Augen zu führen. Man denke nur an die vielen gescheiterten Versuche kleinerer Verlage, neue Entertainmentmagazine am Markt zu etablieren, die aber meist schon nach zwei bis drei Ausgaben aufgrund von Erfolglosigkeit und Kostenexplosion wieder vom Markt verschwunden waren. Sie werden schnell bemerken, daß es wahrlich nicht einfach ist, eine Zeitschrift mit dauerhaftem Gewinn zu vermarkten und zu publizieren.

Im Anschluß an die monatlich abschließende Redaktionskonferenz gelangen Sie in den Bildschirm "Kalkulation". Die hier eingestellten Werte sind letzten Endes ausschlaggebend. Weiter kommen Sie durch rechten Maustastendruck. Sie befinden sich nun im Bildschirm "Finanzen". Alle relevanten und aktuellen Daten werden

Ihnen hier noch einmal präsentiert. Sind Sie mit allem zufrieden, klicken Sie auf den "WEITER"-Button. Ansonsten haben Sie hier noch einmal die Möglichkeit, zurück zur Redaktionskonferenz zu gelangen! Haben Sie sich für WEITER entschieden, wird die Kalkulation mit den eingestellten Werten übernommen. Das Magazin geht automatisch in Druck! Sie bekommen das Inhaltsverzeichnis Ihres aktuellen Monats präsentiert, in dem Sie verschiedene Artikel näher betrachten können. Alle mit einem Sternchen versehenen Rubriken oder Artikel sind für Sie einsehbar und können mittels der linken Maustaste auf dem Bildschirm angezeigt werden. Über die rechte Maustaste verlassen Sie Ihr Magazin und fahren mit dem nächsten Monat bzw. dem nachfolgenden Spieler fort.

Bosstasse -> Image/Beliebtheit

Sie bekommen Ihre Beliebtheit gegenüber der Konkurrenz, den eigenen Mitarbeitern und den Lesern angezeigt. Die Wertung reicht von 0 bis 100 Prozent. Zusätzlich symbolisiert noch eine Hand die gegenwärtige Situation (Daumen nach oben, geschlossenen Hand, Daumen nach unten). Sämtliche Aktionen der Spieler und Ereignisse im Spielablauf finden hier Berücksichtigung. Nutzen Sie dieses 'Barometer', um mögliche Defizite aufzudecken, die dann durch entsprechende Maßnahmen kompensiert werden sollten.

Ablage -> Ablage

Sobald neue Testmuster eintreffen und Sie sich in Ihrem Büro befinden oder von einem anderen Ort wieder dorthin zurückkehren, erscheint eine entsprechende Meldung auf dem Bildschirm. Die Testmuster werden so lange in der Ablage aufgelistet, wie sie nicht im Redaktionsbüro auf die Redakteure und freien Mitarbeiter verteilt worden sind.

Schokolade -> Bonus

Dieser Punkt bietet Ihnen die Möglichkeit, Ihre Mitarbeiter noch zusätzlich zu motivieren. Damit können Sie beispielsweise die Arbeitsmotivation (Belastbarkeit) Ihrer Angestellten und somit das gesamte Arbeitsklima in der Redaktion positiv beeinflussen. Es werden pro Mitarbeiter jeweils drei Alternativen angeboten, von denen Sie sich eine pro Runde aussuchen können. Aber aufgepaßt, wer

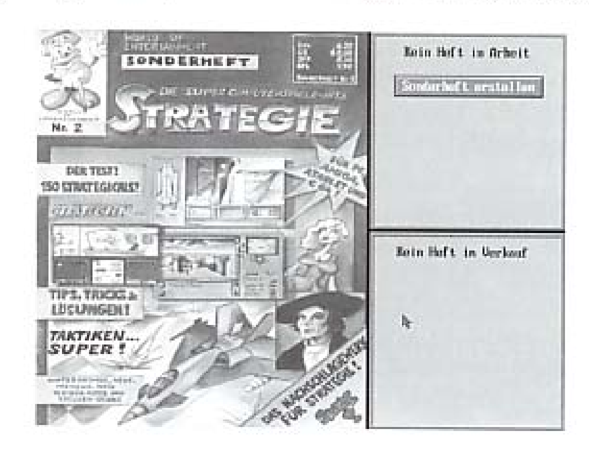
immer nur eine bestimmte Person bevorzugt, zieht schnell den Zorn der anderen Mitarbeiter auf sich (Stichwort: Neid). Versuchen Sie deshalb, die Loyalität aller Mitarbeiter für sich zu gewinnen. In der Liste finden sich für sadistisch veranlagte Spieler auch Negativpunkte (z. B. Ignorieren des Mitarbeiters). Mobbing am Arbeitsplatz, und das live! Somit fällt es leichter, einen Mitarbeiter zu einer freiwilligen Kündigung zu bewegen ...

Andererseits sollten Sie immer an die Harmonie innerhalb der Redaktion und die möglichen Ängste und Sorgen Ihrer Angestellten denken.

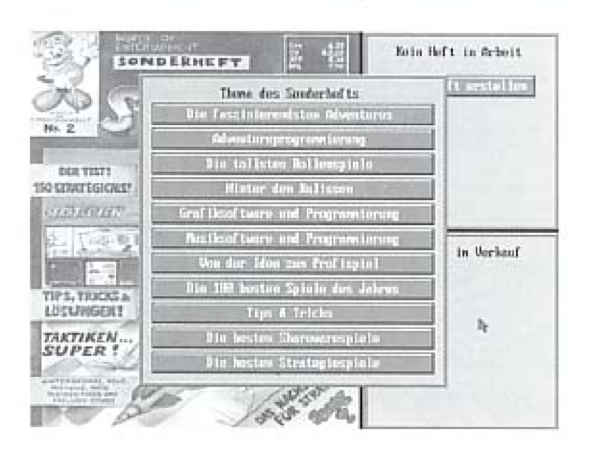
Heft auf dem Schreibtisch -> Sonderheft

Dieser Menüpunkt erlaubt es Ihnen, ein Sonderheft mit einem ganz bestimmten Thema zusätzlich zum normalen Magazin zu veröffentlichen. Sofern kein Sonderheft in Arbeit ist, können Sie den Button "Sonderheft erstellen" anklicken. Es erscheint eine Übersicht mit den möglichen, auch zeitabhängigen, Themen. Neben Aufmachung, Qualität der Artikel (Schwerpunkt und Fachwissen Ihrer Redakteure) und Preis des Sonderheftes trägt natürlich besonders ein attraktives Thema zum passenden Zeitpunkt eine entscheidende Rolle zum erfolgreichen Verkauf der Sonderpublikation bei. Überlegen Sie sich also gut, welches Thema Sie Ihren Lesern wann anbieten möchten.

Nach der Auswahl des Themas gelangen Sie in die Vorabkalkulation. Hier können Sie, wie auch vom normalen Magazin gewöhnt, Ihre Einstellungen bezüglich Auflage,



Preis, Papierqualität, Seitenzahl etc. festlegen. Detailliertere Informationen können Sie unter dem Punkt "Kalkulation" nachlesen. Weiter geht es mit der rechten Maustaste. Bestätigen Sie die Frage mit JA, und schon kann mit der Arbeit begonnen werden. Es stellt sich natürlich noch die Frage, welche Redakteure das Heft zusammenstellen und entsprechende Artikel recherchieren sollen. Dazu wechseln Sie nun in das Menü "Rubriken" (Redaktionsbüro), wo Sie jetzt Zugriff auf die neue Rubrik



"Sonderheft" haben. Diese verteilen Sie nach Belieben auf Ihre Mitarbeiter und weisen den jeweiligen Personen die gewünschte Arbeitsleistung zu. Sie merken schon, das Sonderheft belastet Ihre Mitarbeiter zusätzlich bzw. hält sie vom normalen Arbeitspensum ab. Das kann zu Problemen führen, wenn Ihre Redaktion sowieso schon stark ausgelastet ist. Aber, Sie sind der Chef und bestimmen daher, was Sie Ihren Redakteuren und freien Mitarbeitern zumuten wollen ...

Wichtig: Sonderhefte können nur in Marktsegmenten erscheinen, in denen der Spieler schon ein Magazin veröffentlicht! Das Marktsegment der Sonderheftpublikation definiert sich also über die unterstützten Systeme des normalen Magazins. Denken Sie deshalb bei Themenwahl und Aufmachung Ihres Sonderheftes immer an das angestrebte Zielpublikum. Schließlich kann es einen Unterschied machen, für z. B. die Amigafangemeinde oder die PC User ein solches Magazin zu veröffentlichen.

Ist das Heft erstellt, wird es über einen Zeitraum von sechs Monaten verkauft. Die Verkaufszahlen der einzelnen Monate können Sie ebenfalls unter diesem Menüpunkt abrufen. Sie erscheinen automatisch auf der rechten unteren Bildschirmseite.

Lichtschalter neben der Tür -> Weiter

Sie beenden Ihren Zug (Monat) vor Ablauf des noch zur Verfügung stehenden Zeitlimits und springen sofort zur abschließenden Redaktionskonferenz. Danach geht das entsprechende Magazin in den Druck. Falls während der verbleibenden Zeit noch Testmuster eintreffen oder sonstige Ereignisse eintreten, wird die Uhr nur bis zu diesem Zeitpunkt 'vorgespult', so daß Sie noch entsprechend reagieren können. Sie versäumen also nichts von dem, was Sie bei komplettem Ausnutzen der Zeit noch bekommen hätten.

Bürostuhl -> Weitere Magazine

Wenn Sie diesen Punkt anwählen, können Sie sich entscheiden, ob Sie ein weiteres Magazin veröffentlichen oder eines Ihrer Hefte einstellen möchten. Maximal kann jeder menschliche Spieler drei Entertainmentmagazine gleichzeitig herausgeben. Sie sollten sich darüber im klaren sein, daß eine Bejahung der Frage weitreichende Konsequenzen haben wird (bezüglich Personalpolitik, Schwerpunkten, Kapital etc.). Zunächst einmal durchlaufen Sie die selbe Prozedur wie bei der Vorbereitung Ihres ersten Magazins. Lesen Sie dazu bitte, falls notwendig, in den Kapiteln 4.4, 4.5, 5 und 6 genaueres nach.

Im Anschluß werden Sie gefragt, ob Sie einen leitenden Redakteur für Ihr Zweit- oder Drittmagazin einstellen möchten. Verneinen Sie die Frage so bedeutet dies, daß Sie alle Tätigkeits- und Verantwortungsbereiche voll übernehmen werden. In diesem Fall können Sie allerdings auch noch später einen leitenden Redakteur einstellen. Entscheiden Sie sich jedoch für einen selbigen, werden Ihnen einige zeitraubende Arbeiten von diesem abgenommen, so daß Sie sich besser auf die strategischen Planungen und Entscheidungen konzentrieren können. Der leitende Redakteur unterstützt Sie im operativen Alltagsgeschäft, d. h. er übernimmt die komplette Ein- und

Verteilung der ständig eingehenden Testmuster auf die Redakteure und freien Mitarbeiter. Selbstverständlich können Sie immer noch selber Hand anlegen und Rezensionsmuster umverteilen oder streichen. Wir wissen ja, Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser, denn auch Ihr leitender Redakteur ist mit Sicherheit nicht unfehlbar. Um einen leitenden Redakteur zu bestimmen, können Sie einen Mitarbeiter aus den eigenen Reihen wählen (was sozusagen einer Beförderung gleichkommt) oder sich auf dem Stellenmarkt einen geeigneten Kandidaten suchen und einstellen. In der darauffolgenden Mitarbeiterübersicht wird der leitende Redakteur mit einem Sternchen hinter dem Namen gekennzeichnet. Außerdem erkennen Sie, welcher Mitarbeiter für welches Magazin arbeitet. Dies läßt sich an dieser Stelle auch umverteilen. So kann man ein und denselben Mitarbeiter auch für alle möglichen drei Magazine gleichzeitig arbeiten lassen (natürlich muß die jeweilige Person die zur Verfügung stehende Arbeitszeit auch auf alle drei Hefte verteilen!!!).
Im weiteren Spielverlauf lassen sich bei der Herausgabe von mehr als einem Magazin folgende Optionen in der Auswahlbox anklicken:

- Name des ersten, zweiten und dritten Heftes <- der Spieler wechselt zwischen den Redaktionen
- Magazin einstellen
- Weiteres Magazin veröffentlichen (nur bei weniger als drei Publikationen)

Schublade -> Scores

Die teilnehmenden menschlichen Spieler werden mit Namen, Auflage, Kapital und dem Punktescore in einer entsprechenden Rangliste aufgelistet.

Aktenschränkchen -> Highscores

In dieser Liste werden die 20 besten Verlagsmanager aller Zeiten aufgeführt. Neben den eigentlich erspielten Punkten spielen auch Faktoren wie der Schwierigkeitsgrad und die Spieldauer eine Rolle. Ein möglicher Eintrag geschieht am Ende des Spiels automatisch.

Redaktionsassistenz

Die Redaktionsassistenz unterstützt Sie als Herausgeber und Chefredakteur in vielerlei Hinsicht. Sie ist sozusagen Ihre rechte Hand und kümmert sich um Dinge wie die Verwaltung der Anzeigenkunden, das Mitführen eines Archivs oder die Aufarbeitung diverser Statistiken. Wie die Redakteure und freien Mitarbeiter, wird die Arbeitsauslastung Ihrer Assistentin auch in Prozent festgehalten. So kann es durchaus vorkommen, daß Ihre Mitarbeiterin aufgrund der Größe des Verlages und diverser Tätigkeiten eine nicht gerade motivierende Auslastung von deutlich über 100% erreicht. Dies wiederum kann zu unkonzentriertem Arbeiten verleiten, Fehler und Beschwerden inklusive. Daher ist es auch möglich, zum Beispiel eine zweite Assistentin einzustellen, um die Gesamtarbeitsauslastung auf dann zwei Personen zu verteilen.



Ordner -> Statistiken

Sie erhalten aufschlußreiche Statistiken zu den Punkten "Preisentwicklung des Magazins", "Verkaufte monatliche Auflage", "Druckkosten", "Personalkosten", "Werbeeinnahmen", "Verkaufscharts" und "Systeme" (letzterer Punkt) zeigt Ihnen noch einmal die berücksichtigten Computersysteme in Ihrem Magazin an, z. B. Atari ST, Amiga, PC Heft)

Magazine auf dem Schreibtisch -> Abonnenten

Unter diesem Punkt können Sie als Service für Ihre Leser eine Abonnentenverwaltung einrichten. Gleichzeitig bringt Ihnen diese Einrichtung einen hoffentlich stetig wachsenden Stamm fester Leser und so ganz nebenbei auch feste

monatliche Einnahmen. Neuabonnenten binden sich übrigens immer für ein Jahr. Dabei stehen Ihnen nun verschieden attraktive Möglichkeiten offen, die Sie Ihren Lesern offerieren können.

- Jahresabo zum Preis eines normalen Magazins: außer der kostenlosen und hoffentlich immer pünktlichen Freihauslieferung kein echter Vorteil für die Abonnenten.
- Jahresabo mit einem Preisnachlaß von X%: vom Spieler zwischen 5% und 25% variierbar.
- Jahresabo mit Rabatt, jedoch zusätzlich eine kleine Prämie (z. B. Diskette mit Spieledemo). Dies ist die attraktivste, aber zugleich auch 'teuerste' Alternative.

Hinweis: Glauben Sie nicht, einen Abonnentenstamm von 70% oder 80% der monatlich verkauften Auflage aufbauen zu können. Dies wäre völlig unrealistisch. Der normale Rahmen liegt eher zwischen 3% und 10%. Außerdem erreichen Sie Spitzenwerte wie z. B. 10% auch nicht von heute auf morgen. Zunächst einmal müssen Sie Ihr Magazin dauerhaft am Markt etablieren. Kommt Zeit, kommen Abonnenten!

Telefon -> Shop

Im Spielverlauf können Sie einen 'Shop' zum Verkauf von ausgefallenen und extravaganten Accessoires eröffnen. Dieser Punkt kann zu Beginn noch nicht angewählt werden. Er wird erst dann aktivierbar, wenn in der Redaktionskonferenz von den Redakteuren ein entsprechender Vorschlag eingebracht und angenommen wurde. Nähere Informationen entnehmen Sie bitte dem Punkt "Redaktionskonferenz" (Vorschläge).

Grundsätzlich haben Sie die Wahl zwischen den Menüpunkten "Angebot" und "Verkauf". Unter der Option "Angebote" werden dem Verlag die verschiedensten Produkte angeboten. Durch Anwahl eines der Produkte kann eine Information mit genauen Einkaufs- und Produktinformationen abgerufen werden. Folgende Informationen werden dem Spieler präsentiert: Produktname, zur Zeit verfügbare Stückzahl und der offizielle Verkaufspreis. Entscheiden Sie sich für den Kauf eines Produktes müssen noch Stückzahl und Verkaufspreis festgelegt werden. Es gilt, je größer die Stückzahl und je größer Ihr Verlag, um so höher fällt der mögliche Rabatt

aus. Selbstverständlich haben auch alle anderen Spieler bzw. die vom Computer gesteuerten Magazine Zugriff auf diese Produktlisten. Das begrenzt angebotene Kontingent kann bei attraktiven Artikeln daher sehr schnell vergriffen sein.

Unter dem Menüpunkt "Verkauf" bekommt der Spieler eine Übersicht seiner eingekauften Produkte mit folgenden Informationen: Produkt, Einkaufspreis, Stückzahl, Verkaufspreis, Absatz und Gewinn/Verlust.

Der Verkaufspreis kann auch nachträglich noch weiter gesenkt werden, um eventuelle Restbestände 'verramschen' zu können. Außerdem hat man die Möglichkeit, Restbestände in einem Wettbewerb zu verschenken. So wird man seine z. B. eingekauften CDs noch los und nutzt die mißliche Lage aus, um die Attraktivität und das Image des Magazins durch einen Wettbewerb zu steigern.

Offene Schublade -> Anzeigen

Eine Auswahlbox mit drei Optionen wird auf dem Screen angezeigt:

- Anzeigenpreise: die Anzeigenpreise müssen bestimmt werden. Es gilt immer der Wert für eine DIN A4 Anzeige. Der Farbzuschlag wird extra eingestellt.
- Mengenrabatt für Anzeigen: um Kunden langfristig zu binden, können Sie den Firmen bei mehrfacher Buchung Rabatte gewähren.
- Liste der Anzeigenkunden: eine Übersicht der Firmen, die während des Monats bei Ihnen Werbefläche gebucht haben (inklusive den entsprechenden Angaben über Größe der Anzeige und den damit verbundenen Einnahmen).

Das Buchen von Anzeigen jedweder Art hängt hauptsächlich von den zwei Faktoren Anzeigenpreis und der Auflage und der damit verbundenen Marktpräsenz des Magazins ab.

Maximal darf ein Heft zu etwa einem Drittel aus Werbung bestehen. Dies wird vom Gesetzgeber so vorgeschrieben. Natürlich kann man sich als Verleger auch gegen Werbung aussprechen oder zumindest einen bestimmten Wert von z. B. 10% des Gesamtumfangs nicht überschreiten, denn viele Leser empfinden die massive Werbung als störend.

Sie können deshalb auf der Redaktionskonferenz die gebuchten Anzeigen der entsprechenden Firmen (und den Umfang ausgedrückt in Seiten) 'kürzen' (andererseits braucht man jede Mark!).

Sekretärin -> Personal

Es erscheint eine Auswahlbox mit folgenden Menüpunkten:

- Redakteure
  - a) Übersicht: die entsprechenden Mitarbeiter werden aufgelistet. Durch Anwählen mit der linken Maustaste wird die jeweilige Personalmappe aufgerufen. Neben den dort präsentierten Informationen können Sie über die Tasse auch außertarifliche Gehaltserhöhungen vornehmen.
  - b) Neue Mitarbeiter einstellen: Sie gelangen in das schon vom Spielbeginn her bekannte Konferenzzimmer, von wo aus Sie Zugriff auf den normalen Stellenmarkt und die Konkurrenzmagazine (andere Spieler plus die vom Rechner gesteuerten Zeitschriften) haben.
  - c) Mitarbeiter entlassen: wenn notwendig, können Redakteure mit einer gesetzlichen Kündigungsfrist von drei Monaten gekündigt werden. Wirkt sich natürlich selten gut auf die Arbeitsatmosphäre der anderen Mitarbeiter aus ...
  - d) Urlaub: eine Übersicht der Mitarbeiter und deren Urlaubsplanung erscheint auf dem Screen. Jedem Angestellten (Redakteure und freie Mitarbeiter) wird pauschal ein Monat Erholungsurlaub zugesprochen. Allerdings haben Sie hier noch die Möglichkeit den eingereichten Urlaub der einzelnen Mitarbeiter umzuverteilen, sofern die jeweiligen Personen zustimmen. Dazu klicken Sie einfach mit der linken Maustaste auf den gewünschten Monat für den entsprechenden Mitarbeiter. Entweder lehnt der Redakteur bzw. freie Mitarbeiter ab oder Sie werden noch einmal um eine Bestätigung der Urlaubsverschiebung gebeten. Damit ist es zum Beispiel möglich, bestimmte arbeitsintensive Monate (wie den November, Dezember, Januar) nicht durch diverse Urlaubskandidaten zu 'gefährden', so daß die Auslastung der anderen Mitarbeiter auf weit über 100% ansteigen würde. Schließlich müssen

die Lücken ja von den verbleibenden Personen kompensiert werden.

- Freie Mitarbeiter: sie stehen in keinem festen Anstellungsverhältnis, sondern werden nach Leistung (sprich Seiten) bezahlt!
  a) Übersicht: vergleiche "Redakteure"
  b) Neue Mitarbeiter einstellen: vergleiche "Redakteure"
  c) Mitarbeiter entlassen: der einzige Unterschied zu den Redakteuren besteht darin, daß sie nicht einer dreimonatigen Kündigungsfrist unterliegen, sondern ab dem kommenden Monat nicht mehr für den Verlag arbeiten. Da es sich nicht um ein festes Angestelltenverhältnis handelt, kann hier so verfahren werden. Außerdem können freie Mitarbeiter durchaus für verschiedene Magazine arbeiten.
- Redaktionsassistenz: Anzeige der Arbeitsauslastung und Möglichkeit der Neueinstellung einer weiteren Assistentin.
- Auslandskorrespondenten: äußerst wichtig für brandheiße, aktuelle Meldungen und Berichte aus den jeweiligen Regionen. Da sich ein Großteil der Entertainmentbranche im Ausland befindet (USA, England, Frankreich), sollte man auf jeden Fall einen Kontaktmann mit direktem Draht zu allen wichtigen Auslandsquellen einstellen.
  a) Übersicht: es erscheint lediglich eine Auflistung der Namen, der Region und des Gehalts. Eine detaillierte Personalmappe existiert für die Auslandskorrespondenten nicht.
  b) Neue Korrespondenten einstellen: vergleiche "Redakteure"
  c) Korrespondenten entlassen: vergleiche "freie Mitarbeiter"

Kalender an der Wand -> Archiv

Hier erfolgt die Archivierung aller bisher veröffentlichten Magazine. Die Auswahl eines Heftes bringt dann das komprimierte Heft zum Nachlesen auf den Screen. Falls Sie die Kampagne komplett durchgespielt haben, können Sie am Ende auf weit über 100 Magazine eines Jahrzehnts Entertainmentgeschichte zurückblicken. Falls Sie es schaffen, drei Magazine gleichzeitig zu verwalten, sammeln sich mehr als 300 Hefte an, die Ihre Erfolge und Mißerfolge dokumentieren.

Hinweis: Diese Option wurde beim Amiga mit Diskettenlaufwerk gestrichen.

Tür -> Flur

Sie verlassen den Raum und gelangen wieder in den Flur (statt dessen können Sie auch einfach die rechte Maustaste drücken), von wo aus Sie alle anderen Räumlichkeiten erreichen.



Layout/Marketing

Beides sind wichtige Aspekte für ein Computermagazin, um das eigene Image und die damit verbundene Zielgruppe treffend ansprechen zu können.

Frau im blauen Kleid am Computer -> Aufmachung

Hier können Sie nachträglich die Aufmachung des Covers und der Seiten verändern. Alles eine Frage der Kosten und der Präsentationsqualität!

Frau im roten Kleid am Rechner -> Layout

Das zuvor eingestellte Layout kann ebenfalls noch nachträglich verändert werden. Zwischen den acht Layouten, aufgeteilt auf zwei Bildschirmseiten, schalten Sie mittels des Buttons um. Sie sollten hier Aspekte wie Zielgruppenattraktivität und Zeitgeist berücksichtigen.

Mann mit Handy -> Werbung

Natürlich ein sehr wichtiger Aspekt in der Gründungsphase eines neuen Magazins. Gleiches gilt auch zur Stabilisierung bzw. Expansion des Verlagsimperiums. Auf dem Bildschirm sehen Sie eine Auswahlbox mit diversen Optio-

nen. Sie können unter den folgenden Punkten wählen:

- Farbanzeigen in Computermagazinen
- Plakatwerbung
- lokale 30 sec. Radiospots
- überregionale 30 sec. Radiospots
- 13 sec. Kinospots
- TV Werbung (30 sec. Spot)

Bei den Fernsehspots differenzieren wir noch nach den einzelnen Sendern, deren Auftreten sich zeitabhängig gestaltet (z. B. existierten reine Musiksender nicht schon 1986). Sie sollten nicht nur die Kosten in Betracht ziehen, sondern vor allen Dingen an Faktoren wie Image, Attraktivität und Bekanntheitsgrad denken.

Generell werden die verschiedenen Werbeträger durch zwei Hauptfaktoren differenziert. Zum einen die Reichweite (wie viele Leute kann meine Werbebotschaft erreichen) und zum anderen die anvisierte Zielgruppe (kommt meine Werbemessage auch bei den 'richtigen' Personen an). Je größer der jeweilige Balken, um so besser für Ihre Werbebotschaft. Selbstverständlich müssen Sie das ganze auch unter dem Kosten-/Nutzenaspekt beurteilen. Was nützt die schönste TV Werbung, wenn ich sie mir nicht leisten kann? Eine Ergänzung verschiedener Werbeträger und Public Relations Aktionen zu einer homogenen und effektiven Strategie wäre optimal ...

Damit Sie Ihre individuellen Werbekampagnen zusammenstellen können, haben Sie die Möglichkeit, sehr flexibel die jeweilige Höhe des Werbebudgets sowie die zeitliche Verteilung festzulegen. Die entsprechenden Daten stammen aus dem Kalendarium der Werbewirtschaft. Sie dürften also nicht völlig aus der Luft gegriffen sein, sondern sich vielmehr relativ genau an der Realität orientieren. Haben Sie sich für einen Werbeträger entschieden (Anklicken des "Aktion-Starten" Buttons), können Sie sich die Dauer des Werbefeldzugs auch in der Übersicht zeigen lassen.

Standplaner -> Public Relation

Die Öffentlichkeitsarbeit ist als unterstützendes Element zum Marketing gedacht und macht vor allen Dingen im späteren Spielverlauf Sinn, da diese Aktionen auf den langfristigen Käufer- und Imageaufbau abzielen.

Insgesamt stehen Ihnen fünf Punkte zur Auswahl (zeitabhängig!). Im einzelnen sind dies:

- Verlagseigener Stand auf Computermessen: das Programm setzt grundsätzlich voraus, daß die Messen jeweils über eine Woche gehen. Dementsprechend sind auch die Kosten zu beurteilen. Wichtig: Sie müssen mindestens 2 Monate vor der Messe den Messestand buchen, ansonsten sind keine Standbuchungen mehr möglich. Nach Anwahl des Punktes bekommen Sie die entsprechenden Messen des jeweiligen Jahres in einer Übersicht dargestellt. Selbstverständlich macht es nicht zwingend Sinn, auf jeder Messe mit einem verlagseigenen Stand vertreten zu sein. Suchen Sie sich die wichtigsten und effektivsten Angebote heraus. Pro Messeaufenthalt benötigen Sie mindestens zwei Redakteure, die Ihren Verlag repräsentieren und am Stand freundlich Auskunft erteilen. Diese Mitarbeiter fehlen dann für eine Woche im normalen Redaktionsalltag, d. h. Ihnen stehen 25% weniger Arbeitsleistung pro Monat und Redakteur zur Verfügung. Durch entsprechende Repräsentanz können Sie den Bekanntheitsgrad und das Image Ihres Verlages nachhaltig verbessern. Schließlich haben Sie dann endlich einmal direkten Leser- bzw. Kundenkontakt.
- Hauptsponsor einer interaktiven TV-Computerspieleshow: Sie unterstützen mit einem erheblichen Kostenaufwand eine wöchentlich ausgestrahlte TV-Computerspieleshow. Ihr Name wird in einem entsprechenden Trailer zu Beginn und am Ende der Show gezeigt.
- Sportsponsoring: Ihre Gelder werden eingesetzt um z. B. Nachwuchstalente gezielt fördern zu können oder um das Preisgeld eines bedeutenden Tennisturniers aufzustocken.
- Ökosponsoring: hier kann es beispielsweise um die Rettung des Regenwaldes oder den Aufbau eines Windkraftwerkes gehen.
- Sozialsponsoring: Aspekte wie die Unterstützung krebskranker Kinder oder die Hilfe Obdachloser fallen unter anderem unter diese Option.

Die Effektivität bzw. Überprüfbarkeit dieser Aktionen bleibt für den Spieler natürlich begrenzt, denn niemand (weder das Programm noch die verantwortlichen Damen und Herren in der Realität) kann exakt bestimmen, wie viele Neuleser oder Neukontakte sich durch diese Maßnahmen entwickelt haben. Es besteht eine nur geringe Transparenz.

Projektplaner -> Projektübersicht

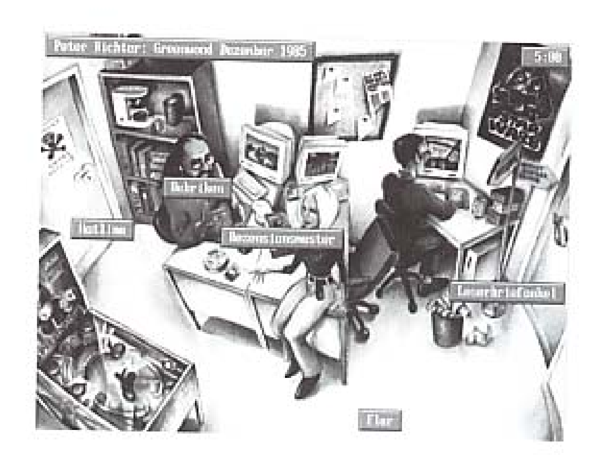
Sie erhalten eine Übersicht Ihrer inhaltlichen und zeitlichen Marketing- und Public Relations Aktionen angezeigt. Hier erkennen Sie beispielsweise auf einen Blick sich ungewollt überschneidende Kampagnen.

Tür -> Ausgang

Sie gelangen zurück in den Flur.

Redaktionsbüro

Hierbei handelt es sich um einen der zentralen Bildschirme im Spiel. Hier verteilen Sie die einzelnen Rubriken auf Ihre Redakteure und freien Mitarbeiter. Außerdem werden an diesem Ort die eingehenden Rezensionsmuster vergeben bzw. aufgeteilt. Da Sie eine Spielezeitschrift veröffentlichen, kommt es logischerweise genau auf diesen wichtigen Punkt an.



Redakteur -> Rubriken

Dieser wichtige Menüpunkt dient dazu, den Redakteuren und freien Mitarbeitern die jeweiligen Rubriken zuzuteilen, was nichts anderes bedeutet, als daß die entsprechenden Personen dann im jeweiligen Monat für genau diese Rubriken recherchieren und schreiben. Umfang und Zusammensetzung sollten Sie sich gut überlegen. Am besten schauen Sie sich einfach mal die inhaltliche Verteilung real existierender Magazine an. Damit liegen Sie in jedem Fall nicht völlig daneben ...

Klicken Sie die entsprechende Rubrik mit der linken Maustaste an, halten Sie die Maustaste gedrückt und ziehen Sie die Rubrik auf die rechte Seite des Screens, um sie dem entsprechenden Redakteur zuzuordnen (Icons von Rubrikenübersicht nach rechts zu Rubriken herüberziehen -> sogenanntes Drag & Drop Verfahren). Diese Einstellungen gelten jeweils für den aktivierten Redakteur oder freien Mitarbeiter. Dieser erscheint dann in weißer Schrift. Nicht aktivierte Mitarbeiter sind in schwarzer Schrift zu lesen. Durch einen Doppelklick auf den jeweiligen Mitarbeiter erscheint eine Infobox mit weiteren Angaben zur Person.

Dann legen Sie den Umfang der Rubriken fest. Dazu öffnet sich in der Mitte des Bildschirmes ein Fenster, in dem Sie angeben können, zu wieviel Prozent der Redakteur oder freie Mitarbeiter sich im jeweiligen Monat um diese Rubrik kümmern soll. Die Rubrik erscheint dann rechts unter der Überschrift 'Rubriken'. Dahinter können Sie noch die prozentuale Angabe ablesen. Möchten Sie die Arbeitsleistung für eine Rubrik ändern, so brauchen Sie nur auf die Prozentangabe ganz rechts am Screen zu klicken. Um Mitarbeiter zu entlasten bzw. von einer bestimmten Rubrik ganz zu entbinden, müssen Sie lediglich das Rubrikicon mit der linken Maustaste anklicken, die Maustaste gedrückt halten, und das Icon auf den Mülleimer ziehen. Die Rubrik verschwindet und die Arbeitsbelastung des Mitarbeiters sinkt um den entsprechenden Betrag. Die direkte Auswirkung läßt sich auch am Streßbarometer (auf der rechten Seite dargestellt) ablesen. Sie können einen Mitarbeiter zu maximal 150% auslasten. Ob dies allerdings dauerhaft von Vorteil ist, sei 'mal dahingestellt.

Am Ende des Monats, auf der Redaktionskonferenz, können Sie erfahren wie viele Seiten für die einzelnen Rubriken zusammengekommen sind, um dann letztendlich zu entscheiden, wie umfangreich die Rubrik tatsächlich im Heft werden soll. Um schon während des Monats einen Überblick zu bekommen, brauchen Sie nur das jeweilige Rubrikicon doppelt anzuklicken. Es öffnet sich ein Fenster, in dem Sie die schon recherchierten Seitenzahlen ablesen können.

Einen besonderen Stellenwert besitzen die Rubrikicons "Leserbriefe", "Kontaktpflege", "Redaktionshotline" und "Gameshotline". Hierbei handelt es sich nicht um normale Rubriken für das Magazin (wie z. B. Anwendungen, Tips & Tricks, Messeberichte etc.). Erläuterungen zu den Themen "Leserbriefe", "Redaktionshotline" und "Gameshotline" lesen Sie bitte in den entsprechenden Kapiteln nach.

Nun noch einige wichtige Erklärungen zum Kontaktpflege-Icon: hiermit wird die Kommunikation Ihrer Mitarbeiter mit Herstellern und Entwicklerfirmen verstanden. Die Arbeit eines Journalisten besteht ja schließlich nicht nur im Schreiben und Recherchieren, sondern gerade auch in der Pflege von guten Verbindungen und Kontakten, um so immer die neuesten und aktuellsten Informationen sowie Testmuster zu bekommen. Deshalb ist es zu Spielbeginn unheimlich wichtig, diese Rubrik nicht zu vernachlässigen, denn die Anzahl der eingehenden Testmuster hängt unter anderem auch von der Kontaktpflege zu den einzelnen Firmen ab.

Spieleverpackungen -> Rezensionsmuster

Bedienungstechnisch läuft alles wie bei den Rubriken nach dem Drag and Drop-Verfahren ab.

Es handelt sich hierbei um den zentralen Punkt des Spielgeschehens. Es werden die eingehenden Testmuster (Rezensionsexemplare) an die verschiedenen Mitarbeiter zum Test weitergegeben. Dabei sind eventuelle Umverteilungen im Laufe des Monats noch möglich (z. B. wenn einer Ihrer Redakteure zu stark mit Testprodukten eingedeckt worden ist). Außerdem treffen die Testmuster häufig erst im Laufe des Monats ein, so daß man nicht zu Beginn eines Monats schon alle Testmuster verteilen kann

(Flexibilität). Bei einer 150% Auslastung ist dann jedoch kein weiterer Artikel bzw. Test mehr möglich (auch die Tests, die bei mehr als 100% Auslastung entstehen, sind eher oberflächlich und treffen vielleicht nur unzureichend zu). Entweder muß man dann die Tests für die nächste Ausgabe sparen (Frage der Aktualität), einem anderen Redakteur auf's Auge drücken (sofern sich das Testmuster nicht schon im Test befindet oder der andere Leidensgenosse nicht auch schon überlastet ist), den Test ganz einfach weglassen oder auch einen neuen Redakteur einstellen, damit solche Dinge zukünftig nicht mehr passieren.

Klicken Sie die entsprechende Box "Testmuster" (des aktivierten Mitarbeiters) mit der linken Maustaste an, halten Sie die Maustaste wie gewohnt gedrückt und ziehen das Icon auf den Namen des Mitarbeiters, der den Test statt dessen schreiben soll. Bei Aktivierung dieses Mitarbeiters sieht man dann das Testmuster-Icon an letzter Stelle der Liste.

Man kann das Testmuster selbstverständlich auch gleich in die rechte Spalte schieben, dann wird es dem gerade aktivierten Mitarbeiter zugeteilt.

Je länger und ausführlicher getestet wird, um so objektiver und detaillierter wird der Bericht ausfallen, also kein oberflächlicher "Huschhusch-Test", in dem keine Schwachstellen aufgedeckt werden konnten oder wo sich der wirkliche Spielspaß erst mit zunehmender Spieltiefe erkennen läßt.

An dieser Stelle möchten wir aber noch einmal detaillierte Informationen zum Bildschirmaufbau geben.

1) Überschrift Rezensionsexemplare

2) Die einzelnen Rezensionsexemplare
   Die Schriftfarbe ist bei Reviewmustern grün, bei Previews rot.
   Angaben: Titel und System
   In diese Preview+Review Auflistung gelangen immer nur die Titel, die auch in dem Magazin von den Systemen



her berücksichtigt worden sind (es tauchen also keine Atari ST Muster in einem reinen PC Magazin auf). Die Anzahl der Titel und der Eingang dieser Spiele hängt natürlich von diversen Parametern ab (wie Kontaktpflege, ausländische Korrespondenten etc.), spielt aber im Moment bei der Beschreibung des Systems keine Rolle!

Durch Anklicken einer dieser Boxen (bei gedrückter linker Maustaste!) kann dieses Icon auf die Rubrik "Tests" rechts im Screen gezogen werden, wo es dann auftaucht (Drag and Drop System). Man kann ein Spiel auch direkt auf einen Redakteur ziehen oder es, wenn man es bereits einem Mitarbeiter zum Test zugeteilt hatte, einem anderen Mitarbeiter zuschieben oder wieder in die linke Spalte zurückbefördern. Das geht jedoch nur, wenn der Mitarbeiter nicht schon mit dem Testen begonnen hat oder sogar bereits fertig ist.

Durch Doppelklick mit der linken Maustaste auf eine Box in der Rubrik "Rezensionsexemplare" oder "Tests" öffnet sich eine größere Box (wie auch im Editor) mit einigen detaillierteren Informationen über das Produkt:

Produktinfo (Beispiel)

Muster: Review (sonst Preview)
Produktname: ranTrainer2
Hersteller: Greenwood Entertainment Software GmbH

System: PC

Wichtig: Falls Sie ein Multiformatmagazin publizieren, also mehr als nur ein Computersystem in Ihrem Magazin berücksichtigen, (z. B. Amiga und PC) erscheint an dieser Stelle 'Diverse'. Dabei ist diese Bezeichnung allerdings 'zeitabhängig' zu betrachten. In den Jahren 1986 - 1989 sind darunter die 8-Bit Systeme C 64 und Schneider CPC zusammengefaßt. Zwischen 1990 - 1991 zählen die 16-Bit Systeme Amiga, Atari ST und PC zu der Gruppe der 'Diversen'. Im letzten Spielabschnitt von 1992 - 1995 verstehen wir darunter nur noch die Systeme Amiga und PC. Sie merken schon, unter 'Diverse' werden immer die populärsten Systeme der jeweiligen Zeit zusammengefaßt, um doppelte Eingaben bei den Testprodukten zu vermeiden.
Spielgenre: Sport

Eingang: 12/95
(nicht der Erscheinungstermin aus dem Editor, sondern der Monat, in dem das Spiel die Redaktion erreicht; es kann vorkommen, daß aufgrund guter bzw. schlechter Kontaktpflege das Produkt schon vor oder nach der Veröffentlichung beim Verlag eintrifft!)

empf. VK-Preis: 99,95 DM

Umfang: 4 Seiten

Gesamtnote: 94%
(eine Aufschlüsselung der einzelnen Bereiche und das Fazit erfährt man erst auf der Redaktionskonferenz)
Priorität: 3

Hierzu noch einige Anmerkungen:
Dieser Wert, auf einer Skala von 1 bis 10 soll die Wichtigkeit bzw. Bedeutung des Spieles einstufen. Handelt es sich um das neue Planer 2 von Holger Dickmann (Greenwood) oder kommt da ein Produkt von einer kleinen Entwicklungsfirma aus Neuseeland. Davon hängt dann auch entscheidend der Umfang der Berichterstattung ab. Je bedeutsamer der Titel, um so ausführlicher wird über das Game berichtet. Diesen Wert können Sie auch noch nachträglich während einer Redaktionskonferenz korrigieren.

Wir gehen zunächst davon aus, daß der Redakteur sofort nach Erhalt des Musters eine Einschätzung abgibt (weil er z. B. den Spielehersteller kennt oder schon vorab Informationen zum Produkt durch Previews und Produktinformationen einsehen konnte). Rufen Sie zu einem späteren Zeitpunkt nochmals die Box mit dem Prioritätenwert ab, so kann sich der Wert auch verändert haben, allerdings nur dann, wenn mit dem Testen schon begonnen oder aber die Begutachtung schon abgeschlossen worden ist (der Wert soll also zu einem späteren Zeitpunkt, wenn der Redakteur das Spiel schon ganz oder teilweise getestet hat, genauer prognostiziert werden!). Dann können Sie immer noch entscheiden, ob das Testmuster in das Heft mit aufgenommen werden soll. Die möglicherweise 'verschenkte' Zeit zum Testen ist dann natürlich trotzdem verstrichen. Was sagen wir da: Dumm gelaufen! Man sollte sich also gut überlegen, welche Spiele man wirklich zum Testen freigibt bzw. gleich aussortiert.

Umfang und Gesamtnote können nur dann erscheinen, wenn das Spiel vom Redakteur schon komplett getestet worden ist! Mit der rechten Maustaste gelangt man wieder zurück in den Ursprungszustand.

3) Eine 'Leerzeile': sie symbolisiert die Trennung zwischen aktuellen Mustern und Exemplaren der beiden vorangegangenen Monate. Daran wird deutlich, daß die Muster (sofern sie nicht einem Redakteur zum Testen weitergeleitet worden sind) für drei Monate mitgeführt werden. Danach werden sie gelöscht und durch entsprechend neuere Titel ersetzt. Dies ist sinnvoll, da es vorkommen kann, daß Sie aus verschiedenen Gründen nicht in der Lage sind, alle aktuellen Testmuster eines Monats testen zu lassen. So rutschen diese dann in die nächste Kategorie und können bei Bedarf auch noch einen bzw. zwei Monate später getestet und im Heft abgedruckt werden. Damit läßt sich dann z. B. auch in schwachen Sommermonaten noch ein pralles Heft erstellen.

4) Pfeile zum hoch- und runterscollen der Boxen: sie sind notwendig, wenn die Listen der letzten drei Monate so umfangreich werden, daß sie nicht mehr komplett auf einem Screen dargestellt werden können.

5) Mülleimer-Icon: um seine Übersicht nicht unnötig zu überfrachten ist es Ihnen freigestellt, Produkte Ihrer Wahl gleich wieder zu streichen, da man z. B. nicht vorhatte, dieses Programm zu testen oder aber ein z. B. schon zwei Monate altes Preview noch in der Liste hat, aber im aktuellen Monat das frische Review hereinbekommen hat (dann will natürlich niemand mehr etwas vom Preview wissen, also weg damit).

6) Überschrift Redakteure / freie Mitarbeiter: eine weiße Schrift symbolisiert den aktivierten Mitarbeiter. Ansonsten schwarze Schriftfarbe für die Redakteure und freien Mitarbeiter. Durch einen Doppelklick mit der linken Maustaste ruft man ein detailliertes Info über den Redakteur ab. Dazu erscheint ein neuer Screen mit dem bekannten Infoblatt. Zurück geht es wieder über die rechte Maustaste.

7) Auflistung der zuvor 'herübergezogenen' Rezensionsexemplare: durch einen Doppelklick mit der linken Maustaste kann ein detaillierteres Produktinfo aufgerufen werden (siehe 2).

8) Dieses 'Häkchen' erscheint immer dann hinter der Box eines Produktes, wenn es schon getestet worden ist. Hieran können Sie ersehen, wie viele Tests bei dem einzelnen Redakteur noch offen sind und ob Sie demjenigen vielleicht noch ein oder zwei weitere Muster im laufenden Monat auf's Auge drücken können.

9) Das Streß- oder Auslastungsbarometer zeigt die aktuelle Belastung des jeweiligen Mitarbeiters an.

Linke Tür -> Hotline

Sie gelangen in das Büro der Servicehotlines.

Rechte Tür -> Leserbriefonkel

Achtung, jetzt wird's chaotisch. Sie betreten das Reich des Gurus, dem Leserbriefonkel bzw. der Leserbrieftante.

Unterer Bildbereich -> Flur

Sie kehren auf den Flur zurück. Wenn Sie statt dessen irgendwo im Raum die rechte Maustaste aktivieren, erzielen Sie die selbe Wirkung.

Die Redaktionskonferenz

Die Redaktionskonferenz findet immer gegen Ende des Monats statt, das Heft erscheint dann im nächsten Monat. Grundsätzlich unterteilt sich das untere Drittel des Bildschirmes in drei Bereiche. Ganz links befindet sich eine Ansammlung von sechs Icons mit bestimmten Funktionen und Übersichten, die abgerufen werden können. Es folgt in der Mitte ein 'Fenster' zur Darstellung von Textinformationen. Rechts daneben werden nochmals sechs Icons dargestellt.

Hier nun die detaillierten Erläuterungen zu jedem einzelnen Icon:

1) Das Icon für Testberichte, dazu die Information, wie viele Seiten durch Testberichtartikel zusammen gekommen sind. Durch das Anklicken des Icons erscheint im Textfenster (16) folgende Übersicht:

	Titel	Umfang	Endnote	Auszeichnung
1.	ranSoccer	< 4 >	93%	*
2.	Der Planer 2	< 3 >	91%	
...				

Der Stern unter Auszeichnung steht für einen möglichen Hitstern.

Diese Auflistung dient aber nicht nur als Übersicht, sondern hält auch noch folgende Optionen bereit:

- Durch einen Klick auf den Namen des Produktes werden im Textfenster genauere Infos über das entsprechende Produkt ausgegeben. Die rechte Maustaste bringt Sie wieder zurück in die komplette Übersichtsliste.
- Die Seitenzahl läßt sich je nach Bedarf noch reduzieren, nicht aber erhöhen (schließlich stehen wir eine Minute vor Redaktionsschluß, also unmittelbar vor Drucklegung). Dazu dienen die beiden < und > Zeichen im Textfenster. Der Umfang läßt sich also

direkt im Fenster manipulieren. Falls der Artikel ganz aus dem Heft herausgenommen werden soll (aufgrund von Platzmangel <-> Druckkosten), setzt man die Seitenzahl einfach auf null herunter!!!

- Durch einen Klick auf die Endnote erscheint im Textfenster eine detaillierte Beurteilung aller Bewertungsmerkmale, die von Ihnen noch nachträglich manipuliert werden kann (siehe 15).
- Durch einen Klick in die Spalte mit den Auszeichnungen lassen sich durch die Bewertung der Redakteure vergebene Hitsterne nachträglich 'wegklicken' oder aber noch eintragen (obliegt ganz alleine Ihnen, z. B. weil Sie der Meinung sind, daß sich der oder die Redakteure bei der Bewertung vollkommen vertan haben).

2) Auflistung der Anzeigenkunden mit dem gebuchten Umfang und den daraus resultierenden Einnahmen. Beispiel:

	Firma	Umfang	Einnahmen
1.	Funsoft	1/2	1980,-
...			
	42 25	1/2	143750,-

Als einzige Option besteht die Möglichkeit, gebuchte Seiten von Firmen zu streichen (reduzieren geht nicht, entweder werden Sie gedruckt oder bleiben 'draußen). Dazu klickt man mit der linken Maustaste auf den Firmennamen. Es erscheint noch einmal eine Box mit einer Sicherheitsabfrage, die Sie abschließend bestätigen müssen. Selbstverständlich wird ein solches Verhalten den Ärger der Kunden zwangsläufig nach sich ziehen. Man sollte sich also genau überlegen, wem man (Großkunde, Dauerschalter) die Werbefläche entzieht. Im 'Feld' für das Icon wird auch wieder die Gesamtseitenzahl dargestellt.

3) Auflistung der einzelnen Rubriken (ohne Testberichte und Werbung). Darstellung im Textfenster wie folgt:

Rubrik Umfang

1. Aktuelles < 3 >
2. Softwarereviews < 10 >
3. Messebericht < 5 >

- Durch Anklicken der Rubrik erscheint im Textfenster eine Auflistung, die darüber Auskunft erteilt, welcher Redakteur wie viele Seiten dazu beigesteuert hat. Eine qualitative Bewertung wird nicht vorgenommen.
- Durch Anklicken der < und > Pfeile kann der Umfang der Rubrik manipuliert werden. Auch hier gilt: nur Kürzungen sind erlaubt, keine Ausweitung der Seitenzahlen, ein Herunterfahren auf null Seiten verbannt die Rubrik aus der aktuellen Ausgabe (aus welchen Gründen auch immer).

Im Feld mit dem Icon "Rubriken" wird außerdem wieder die Gesamtseitenzahl der einzelnen Rubriken dargestellt (wie unter Punkt 1 und Punkt 2).

4) Icon für Vorschläge und Meinungen der Redakteure. Im Textfenster werden die 'kreativen' Vorschläge und Meinungen der Redakteure vorgestellt (neue Rubriken etc.). Es bedeutet aber nicht, daß jeden Monat etwas wissenswertes zu erfahren ist. Dies wird nur in unregelmäßigen Abständen der Fall sein. Bei neuen Vorschlägen können die Redakteure eigenständig abstimmen (annehmen oder ablehnen). Als Chefredakteur und Herausgeber des Magazins haben Sie ebenfalls eine Stimme, müssen sich aber in jedem Fall dem Mehrheitsbeschluß der gesamten Redaktion beugen (schön, wenn es in der Realität genauso wäre, nicht wahr liebe Redakteure und Spieletester!). Hier nun ein kleiner Auszug aus der Liste möglicher Anregungen:

- neue Rubriken (Entwicklungstagebuch, Konsolen, Demos, PD/Shareware, Oh no, Oldie des Monats)
- Vergabe der Auszeichnung 'Spiel des Monats'
- Vergabe von Hitsternen für besonders tolle Spiele
- Shop zum Verkauf von günstigen Titeln oder abgedrehten Accessoires
- Coverdiskette zum Magazin

- umweltfreundliches Papier (chlorfrei)
- CD-ROM als Beigabe zum Heft

5) Icon für das Heft: neben dem Icon wird auch wieder die Gesamtseitenzahl des aktuellen Heftes mit ausgegeben. Nach Wahl des Icons erscheint im Textfenster ein übersichtlich gegliedertes Inhaltsverzeichnis des aktuellen Magazins mit allen Rubriken. Einige Rubriken sind fester Bestandteil des Magazins wie z. B. das Editorial oder die Chartseite. Diese Option dient nur noch einmal der reinen Übersicht.

6) Icon für die Kalkulation: von der Redaktionskonferenz ist ein Verzweigen zur Kalkulation möglich. Mittels rechter Maustaste gelangt man wie üblich zurück. Diese Option macht Sinn, um schon während der Gestaltung des Heftes die direkten Auswirkungen auf die Produktionskosten und die angepeilte Auflagenhöhe beurteilen zu können.

7) Icon für einen Hitstern-Award: das Icon wird erst dann dargestellt, wenn die Redaktion zuvor den Vorschlag eingebracht und auch zugestimmt hat. Es soll doch tatsächlich noch Redaktionen geben, die keine Awards vergeben ...

   Unter dem Icon sollte auch die Prozentzahl ablesbar sein, ab welcher Grenze die Redaktion einen Hitstern vergibt. Durch Anklicken des Icons erscheint folgende Aussage im Textfenster: Hitstern-Award ab wieviel Prozentpunkte: < 80% > Über die < und > Tasten läßt sich die Prozentangabe beliebig verändern.

8) Icon für das Spiel des Monats: wie unter Punkt 7) erst dann sichtbar und anwählbar, wenn diese 'Rubrik' zuvor von den Redakteuren vorgeschlagen und angenommen wurde. Im Spiel selbst wird dann aber nicht automatisch ein Spiel des Monats vergeben. Erst durch Anklicken des Icons erfolgt eine Abstimmung in der Redaktion, an der Sie natürlich auch wieder teilnehmen. Es muß mindestens eine 2/3 Mehrheit erreicht werden.

9) Kritikbarometer: über dieses Icon steuern Sie die 'Kritikhärte' und zum Teil auch die Objektivität Ihrer Redaktionscrew. Dies erreichen Sie durch einfaches Anklicken der jeweiligen Marke auf dem Barometer. Plus 3 bedeutet z. B. nichts anderes, als daß Ihre Tester die Rezensionsmuster äußerst positiv beurteilen (um nicht zu sagen in den höchsten Tönen loben). Genau anders herum verhält es sich z. B. bei minus 3. Dies bedeutet, daß Ihre Redakteure die eingehenden Testmuster äußerst kritisch bewerten und die Prozentwerte entsprechend niedriger ausfallen werden. Die neu getroffene Einstellung gilt erst für den nächsten Monat. Man kann eben seine Bewertungsmaßstäbe nicht minütlich ändern (kann man eigentlich schon, aber...), also zählt die Wahl für den kommenden Monat (als Richtlinie für die Redakteure).

10) Icon für die Bewertungsmethode der Testmuster: es stehen hierbei drei Alternativen zur Wahl:
- PC: Kopf eines Redakteurs, Amiga: ein schwarzer Punkt.
  Das Urteil des testenden Redakteurs ist allein ausschlaggebend, er alleine entscheidet über die Prozentpunkte!
- PC: fünf gleich große Köpfe der Redaktionscrew, Amiga: fünf schwarze gleich große Punkte.
  Es wird das demokratische Mittel aller Redakteure genommen, d. h. jeder wirft einen Blick auf das Testobjekt, alle Wertungen gehen gleich gewichtet in die Prozentpunkte ein!
- PC: ein mittelgroßer Kopf und vier kleinere Köpfe, Amiga: ein mittelgroßer schwarzer Punkt und vier kleinere Punkte drumherum.
  Das Urteil des testenden Redakteurs geht zu 70% ein, die restliche Redaktion wird mit 30% gewichtet!

Ein Ändern der Bewertungsmethode hat erst im nächsten Monat die entsprechenden Auswirkungen (siehe auch Kritikbarometer). Natürlich haben Sie, wenn gewollt, immer noch das letzte Wort, denn Sie können, wie unter Punkt 1 beschrieben, jede Wertung noch nachträglich manipulieren (die Frage, die sich dabei stellt, ist aber folgende: wird das Heft dadurch 'besser' bzw. objektiver oder geht der Schuß nicht vielmehr

nach hinten los? Außerdem, was müssen die Redakteure nur denken?).

11) Verkaufscharts: hier kann man die monatlichen Verkäufe aller zur Zeit am Markt erscheinenden Publikationen einsehen. Schließlich wollen wir ja mal die Nummer eins werden ...

12) Umfang der Testberichte festlegen: Sie können je nach Priorität des Testmusters die Ausführlichkeit der Berichterstattung festlegen. Je bedeutsamer ein Spiel ist, desto mehr Aufmerksamkeit sollten Sie diesem schenken. Wenn Sie wollen, können Sie selbstverständlich auch über die absoluten Katastrophen und Gurkenspiele mehrere Seiten berichten. Alles kann individuell und flexibel nach Ihren Wünschen bestimmt werden.

13) Mann mit der Krawatte: das Finanzenmenü wird aufgerufen. Zurück gelangen Sie wie üblich mittels der rechten Maustaste.

14) Tür: Redaktionskonferenz beenden! Es folgt der Aufruf der abschließenden Kalkulation, die mittels der rechten Maustaste verlassen werden muß. Danach gelangen Sie noch einmal in die Finanzübersicht mit der Möglichkeit, noch einmal zurück in die Redaktionskonferenz springen zu können. Bestätigen Sie den "Weiter"-Button, erscheint Ihr aktuelles Magazin in komprimierter Form auf dem Screen. Parallel hierzu geht Ihr Heft in Druck. Das komprimierte Magazin verlassen Sie durch Betätigen der rechten Maustaste. Sie befinden sich dann wieder in Ihrem Büro, wo der neue Monat beginnt.

15) Das Textfenster: es wird zur Darstellung sämtlicher Textinformationen genutzt. Die möglichen Pfeile dienen zum Hoch- und Runterscrollen, falls die Texte und Daten nicht mehr im Fenster dargestellt werden können.

16) Mappe auf dem Tisch: es erfolgt ein Verzweigen in die Personalübersicht.

Das komprimierte Magazin

Es folgt im Anschluß an die Redaktionskonferenz zu einem Zeitpunkt, wo das Heft schon in Druck gegangen ist, und zwar genau mit den Rubriken und Inhalten, die Sie nun vor sich auf dem Screen erkennen können. Ausgehend von dieser Inhaltsübersicht können Sie jeden Test oder auch jede Rubrik detaillierter einsehen, vorausgesetzt, der Testbericht bzw. die Rubrik ist mit einem * gekennzeichnet. Klicken Sie dazu einfach den entsprechenden Artikel bzw. die entsprechende Rubrik mit der linken Maustaste an. Es wird dann auf einen Extrascreen mit genaueren Informationen umgeschaltet. Ihr jeweiliges Magazin wird in genau dieser Form auch archiviert, und zwar mit allen dazugehörigen Informationen. Somit können Sie Ihre individuellen Hefte jederzeit über die Redaktionsassistenz und den Menüpunkt 'Archiv' wieder abrufen. Dort haben Sie die Möglichkeit, historisches nachzulesen und sich an Ihren ganz persönlichen Monatsausgaben zu erfreuen.

Leserbriefonkel

Um den Service und den direkten Kontakt gegenüber Ihren Lesern weiter zu verbessern, können Sie einen 'Leserbriefonkel' oder eine 'Leserbrieftante' einstellen, die dann für die entsprechende Bearbeitung der eingehenden Post verantwortlich ist. Um diese Leistung anbieten zu können, müssen Sie zuvor in dem Menüpunkt "Rubriken" die Rubrik "Leserbriefe" einem Redakteur zuordnen. Den Verantwortungsbereich auf einen freien Mitarbeiter zu übertragen ist nicht möglich. Achten Sie auf Schwerpunkt und



Schreibstil (Zielgruppe) Ihres verantwortlichen Mitarbeiters! Wählen Sie den entsprechenden Redakteur nach sorgfältigen Überlegungen aus, denn gerade in diesem Bereich suchen und finden die Leser ihren ganz persönlichen Ansprechpartner, der durchaus als Identifikationsfigur des gesamten Verlages verstanden werden kann. 'Leserbriefonkels' genießen mitunter schon Kultstatus. Man denke beispielsweise nur an "Rainer Rosshirt" vom Computec Verlag (PC Games, Amiga Games) oder "Ghost" vom Joker Verlag (PC Joker, Amiga Joker).

Selbstverständlich können Sie dem Redakteur auch weitere bzw. zusätzliche Aufgaben übertragen. Die Auslastung der Leserbriefrubrik hängt in der Hauptsache vom Erfolg des Verlages und den damit verbundenen Zuschriften durch die Leser ab. Hier sind Schwankungen also vorprogrammiert. Die Auswertung einer Leserbriefumfrage lastet Ihren Redakteur zusätzlich aus. Dafür erhalten Sie wichtige Anhaltspunkte über die optische und inhaltliche Gestaltung Ihrer Publikation.

Brief in der Hand -> Leserbriefe

Selbstverständlich muß der Leserbriefonkel nicht alle Briefe im Monat beantworten. Er selektiert die Briefe für das Magazin und beantwortet nur diese. Die Seitenzahl der Rubrik Leserbriefe hängt damit entscheidend von den eingegangenen Briefen ab.

Die Leserbriefrubrik wird der entsprechende Redakteur mit oberster Priorität bearbeiten. Weitere ihm zugeteilte Rubriken stehen bei starker Auslastung hinten an. Somit bleibt es dem Spieler auch offen, einem echten Leserbriefonkel noch andere Rubriken betreuen zu lassen, je nachdem, wie hoch sich die Auslastung gestaltet und inwiefern es sich als sinnvoll herausstellt, ihm noch andere Rubriken auf's Auge zu drücken (Qualität etc.).

Durch das Anklicken des Briefes in der Hand öffnet sich folgende Box:
Briefkastenonkel: Harald
Schwerpunkt: Leserbriefe, Spieleallrounder
Schreibstil: locker
Auslastung: XX% (hier nur durch die Leserbrieferubrik)

Gesamtauslastung: XX% (hier plus eventuelle andere Rubriken)

Anzahl Briefe: XXX
Anzahl Seiten: X

Brief des Monats :
Bei Anwahl erscheint ein entsprechender Leserbrief auf dem Screen. Es handelt sich sozusagen um den Brief des Monats. Er ist natürlich auch wichtig als Feedbackinstrumentarium für Vorschläge der Leserschaft bzw. die Zufriedenheit Ihrer Käufer.

Redakteur -> Leserbriefumfrage

Es erscheint eine Box mit folgendem Text:
Wollen Sie wirklich eine Leserumfrage starten (J/N)? Falls schon eine gestartet wurde, wird keine weitere Umfrage zugelassen. Statt dessen wird die Meldung 'Eine Leserumfrage befindet sich derzeit in Arbeit' ausgegeben. Die Akzeptanz wird um so größer ausfallen, je höher die Auflage des Magazins ist. Darüber hinaus spielen Dinge wie Image und Wettbewerber eine Rolle.

Am Ende (1-4 Monate nach der Umfrage) erfolgt eine detaillierte Auswertung. Die Auswertung wird anhand folgender Schlüsselkriterien durchgeführt (Bewertung nach dem Schulnotensystem (sehr gut bis ungenügend)):

Aufmachung und Layout: Cover+Seiten, Anpassung an die Zielgruppe
Qualität der Artikel: Qualität der Rubriken (ohne Tests)
Aktualität: Aktualität der Testberichte
Objektivität der Tests: Objektivität der Urteile der Tester
Verhältnis der Rubriken: welche und in welchem Verhältnis
Hotline: Zufriedenheit der Leser
Leserbriefecke: nach Leserbriefonkel & Zufriedenheit
Preis-/Leistungsverhältnis: im Vergleich zur Konkurrenz
Gesamtnote des Magazins: verdichteter Wert aller Kriterien
Gewünschtes Sonderheftthema: welches in diesem Jahr attraktiv erscheint
Besonderer Leserwunsch: noch nicht realisierter Vorschlag

Die Genauigkeit der Auswertung hängt in erster Linie von der Anzahl der Teilnehmer ab, also von der Repräsentanz

der Umfrage. Durch die Leserumfrage leidet auch die 'Qualität' der Rubrik "Leserbriefe", denn der Leserbriefonkel muß schneller und oberflächlicher antworten und selektieren.

Tür -> Ausgang

Sie gelangen wieder in das Redaktionsbüro. Drücken Sie im Leserbriefbüro statt dessen die rechte Maustaste, springt das Programm ohne Umwege in den Flur.



Redaktions- und Games-Hotline

Ein weiterer Baustein, um Ihre Leser und Käufer noch zufriedener zu stellen. Heutzutage sicherlich ein unverzichtbarer Service für den Kunden, allerdings nicht ganz billig in der Unterhaltung ...

Wenn in der Rubrikenverteilung keine Zuteilung für die Hotline erfolgte, erscheint bei Anwahl der Leute der Text: 'Sie haben für einen Hotlineservice noch keine Leute abgestellt'. Die Hotlines können allerdings nur von festangestellten Redakteuren betreut werden. Achten Sie wie immer auf den Schwerpunkt Ihrer Mitarbeiter! Sind die vorgesehenen Personen als Hotlinebetreuer wirklich geeignet?

Hier ein Beispiel für eine Redaktionshotline, die an drei Nachmittagen in der Woche besetzt ist. Wie viele Stunden den jeweiligen Mitarbeiter für Hotlinedienste zur Verfügung stehen, entscheiden Sie wie üblich im Redaktionsbüro unter dem Punkt "Rubriken" (-> Redaktionshotline, Gameshotline). Dort teilen Sie dem Mitarbeiter die Auslastung für den Hotlineservice zu. Im Servicebüro selber bestimmen Sie anschließend die konkrete Verteilung der einzelnen Stunden auf die entsprechenden Tage der Woche. Falls



Sie nicht die gesamte Zeit verteilen, geht die Auslastung des betroffenen Mitarbeiters, die im Redaktionsbüro angezeigt wird, entsprechend zurück. Wenn Sie die Arbeitszeit eines Mitarbeiters für die Hotline erhöhen wollen, erhöhen Sie einfach im Redaktionsbüro die Auslastung durch die Rubrik "Hotline" und verteilen dann die neu hinzugekommene Zeit hier im Servicebüro.

	Mo	Di	Mi	Do	Fr
9-12 Uhr					
15-18 Uhr	x	x		x	

Wer will, kann natürlich auch eine entsprechende Hotline sieben Tage die Woche vor- und nachmittags besetzen. Dazu bedarf es natürlich mindestens eines Fulltime-Mitarbeiters. Ob dies sinnvoll ist, hängt natürlich entscheidend von der Größe des Verlages ab. In gewisser Weise beschreiten Sie auch hier eine Gradwanderung, denn entweder sind die Leute sauer, weil die Zeiten zu knapp und die Leitungen ständig besetzt sind, oder aber Sie bezahlen teure Mitarbeiter für lau, weil die Auslastung gegen null tendiert. Bei schwacher Akzeptanz durch die Leser können die wenigen Anrufer natürlich besser beraten werden. Die Sprechzeiten sind länger und die Zufriedenheit der Anrufer ist ebenfalls höher. Bei starker Auslastung wird versucht, möglichst viele Anrufer zu bedienen, so daß die Sprechzeiten zwingend kürzer ausfallen.

Mitarbeiter links -> Redaktionshotline

Sie bestimmen die genaue Verteilung der Sprechzeiten durch einfaches Anklicken der entsprechenden Felder mit der linken Maustaste.

Computer links -> Auslastung Redaktionshotline

Eine Übersicht über die eingehenden Anrufe sowie die damit verbundene Auslastung Ihrer Mitarbeiter wird angezeigt.

Mitarbeiter rechts -> Gameshotline

Siehe "Redaktionshotline"

Computer rechts -> Auslastung Gameshotline

Siehe "Auslastung Redaktionshotline"

Tür -> Ausgang

Sie gelangen zurück ins Redaktionsbüro. Mittels der rechten Maustaste können Sie aber auch ohne Umweg in den Flur zurückspringen.

Konferenzraum

Wenn man diesen Raum vor der monatlichen Redaktionskonferenz betritt, kann man sich noch einmal die Daten und Charts des letzten Heftes bzw. Monats anschauen. Die Buttons am unteren Bildschirmrand geben Ihnen Gelegenheit, die einzelnen Segmente auch differenziert nach Computersystemen zu betrachten. Grundsätzlich wird Ihnen bei Betreten des Konferenzraumes die Verkaufsübersicht aller Magazine präsentiert. Die eigenen Publikationen werden farblich hervorgehoben.





Flur

Von hier aus erreichen Sie bequem alle anderen Orte:
- das eigene Büro des Spielers
- die Redaktionssassistenz
- das Layout/Marketingbüro
- das Redaktionsbüro mit den weiteren Verzweigungen zu den Hotlines und dem Leserbriefonkel
- der Konferenzraum
- die Außenverbindung mit der Verzweigung zur ortsansässigen Bank



Außenverbindung

Von hier aus können Sie Ihrer Bank einen Besuch abstatten, entweder um überschüssiges Geld anzulegen oder um in finanziellen Notlagen einen Kredit bei menschlichen Mitspielern oder der Bank bewilligt zu bekommen ...

Verlag/Tür -> Verlag

Klicken Sie die Tür des Verlagsgebäudes an, gelangen Sie wieder in den Flur, von wo aus alle anderen Räumlichkeiten erreicht werden können.

Auto -> Bank

In der Bank gibt es drei anwählbare Menüs:
- Banker -> Kredite
  Eine Auswahlbox mit den vier Optionen Übersicht, Kredit aufnehmen, vorzeitige Rückzahlung und Kredite an andere Spieler wird geöffnet.

  Unter Übersicht öffnet sich ein Fenster mit den laufenden Krediten und den dazugehörigen Daten. Die Kreditgewährung wird von diversen Faktoren abhängig gemacht. Folgende Aspekte werden geprüft:

- Auflagenhöhe der letzten drei Monate
- Liquide Mittel (Aktueller Kassenstand)
- Position des eigenen Magazins im Vergleich zu den Konkurrenzblättern
- Sicherheiten (Geldanlage)

Je positiver die vier Faktoren ausfallen, um so eher wird ein Kredit gewährt und um so höher fällt der Kreditrahmen aus. Fallen mindestens drei Punkte negativ aus, wird kein Kredit gewährt. Nach der Eingabe der gewünschten Kreditsumme entscheidet der Rechner über die Höhe. Die Umlaufrendite ist zeitabhängig zu beurteilen, d. h. 1986 herrschte ein anderes Zinsniveau als z. B. 1990 vor. Je länger die Laufzeit eines Kredites um so geringer fallen die Sollzinsen aus. Sollten Sie Ihre finanzielle Talfahrt schneller als erwartet überlebt haben, dann können Sie unter dem Menüpunkt “Vorzeitige Rückzahlung” Ihre Kredite vor Ablauf der Frist komplett tilgen. Außerdem haben Sie die Möglichkeit, Kredite an andere Spieler zu vergeben. Sollte die Bank die Kreditwürdigkeit eines Mitspielers in Frage stellen, so können sich die Spieler auch untereinander aushelfen. Die Festlegung der Konditionen ist dann eine Verhandlungssache untereinander. Gewähren Sie einen besonders günstigen Kredit oder versuchen Sie, die mißliche Lage Ihres Konkurrenten schamlos auszunutzen?



- Tastatur -> Finanzen
  Sie gelangen in den bereits bekannten Screen mit der Finanzübersicht. So können Sie jederzeit Ihre finanzielle

Lage überblicken, um aus den Angaben "Kassenstand", "Guthaben", "Schulden" und den "monatlichen Einnahmen und Ausgaben" die entsprechenden Schritte bei der Bank einleiten zu können.

- Monitor -> Anlagen
  Klicken Sie den Monitor wie üblich mit der linken Maustaste an. Es wird eine Auswahlbox mit den Möglichkeiten "Übersicht" und "Geld anlegen" geöffnet. Der Punkt "Übersicht" listet Ihnen die bereits angelegten Gelder auf. Sie erhalten alle relevanten Informationen über Einlage, Laufzeit, Zinssatz, Fälligkeitsdatum und den Auszahlungsbetrag. Da es sich um Festgeldanlagen handelt, ist eine vorzeitige Kündigung nicht möglich. Selbst in finanziellen Notlagen wird die Bank keine Ausnahme machen. Allerdings sind Sie dann auf jeden Fall für einen Kredit in gleicher Höhe 'gut', mit dem kleinen, aber feinen, Unterschied, daß die Sollzinsen Ihre Guthabenzinsen übertreffen und Sie damit einen Verlust machen. Vor einer Festgeldanlage sollten Sie sich daher wirklich sicher sein, daß Sie Ihr Geld nicht anderweitig benötigen. Andererseits ist überschüssiges Geld totes Kapital, wenn es nicht gewinnbringend arbeiten kann. Die Option "Geld anlegen" fragt Sie zunächst nach der Höhe der Einlage. Geben Sie bitte den gewünschten Betrag per Tastatur ein. Es öffnet sich eine weitere Box mit den verschiedenen Angeboten. Wählen Sie sich das Angebot Ihrer Wahl mit der linken Maustaste aus. Im Anschluß erfolgt noch einmal eine Sicherheitsabfrage. Die Mindesteinlage beträgt 10.000 DM.



Sonstiges

Unter diesem Punkt haben wir die drei Themen "Ereignisse", "Verkaufsanalyse" und die Bedingungen für das "Erreichen des Spielzieles bzw. des Spielendes" näher erläutert.

Ereignisse

Ereignisse treten in unregelmäßigen Abständen während des ganz normalen Redaktionsalltages auf. Frei nach Murphy meist zu einem Zeitpunkt, zu dem man am wenigsten damit rechnet. Die Meldungen und Informationen beziehen sich auf die folgenden fünf Kategorien von Ereignissen:
- das eigene Magazin betreffend
- ein Konkurrenzmagazin betreffend
- die gesamte Entertainmentverlagsbranche betreffend
- allgemeine Meldungen, Gerüchte, News
- Sonstiges

Verkaufsanalyse

Dies ist mit Sicherheit ein äußerst interessanter und zugleich extrem schwierig zu realisierender Part im Programm. Wir hoffen allerdings durch umsichtiges Recherchieren von Daten und Fakten ein brauchbares Modell der Realität wiedergegeben zu haben. Letztendlich spielen aber viel zu viele Faktoren (inhaltlicher, kaufmännischer und psychologischer Natur) eine Rolle, als daß wir den Anspruch erheben wollten, daß es sich um eine perfekte 'Berechnung' handeln würde. Nichtsdestotrotz liefert unser Modell an die Realität angenäherte Werte, nicht mehr und nicht weniger! MAG! ist und bleibt immer noch ein Spiel und keine wissenschaftliche oder betriebswirtschaftliche Simulation!

Im einzelnen sollen nun die wichtigsten Faktoren kurz aufgelistet werden, die bei der Entwicklung des Modells von Bedeutung waren:
- Ausgangspunkt ist der bestehende Markt mit den publizierten Entertainmentmagazinen (Auflage, Inhalte, Preise etc.)
- Optimales Erreichen der Zielgruppe durch:
  - Aufmachung (Cover, Seiten, Layout)
  - Inhalt (Systeme, Rubriken, Verhältnis des Umfangs der Rubriken zueinander, Quantität und Qualität der

Berichterstattung, Anteil der Werbung, Glaubwürdigkeit und Objektivität der Berichterstattung, Aktualität und Exklusivität der Berichterstattung)
  - Preis bzw. Preis/Leistungsverhältnis
  - Image/Stil (Mitarbeiter, Branche, Schreibstil, Serviceleistungen)
  - Boni (Cover Disk, Poster, Gewinnspiele etc.)
- saisonale Einflüsse (Sommerloch, Weihnachtsgeschäft)
- Stammleser/Traditionskäufer (Abonnenten)
- Unterscheidung in langfristige und kurzfristige Einflußfaktoren
- Markteintrittsbarrieren durch Konkurrenzmagazine (Anzahl und Macht (Tradition) der Konkurrenzhefte) vs. Neueinführung in einem 'ungenutzten' Marktsegment
- besondere Einflüsse und Markttendenzen (z. B. der Konkurs von Commodore etc.)
- das Eingehen auf Leserforderungen
- Vergleich des Preis-/Leistungsverhältnis mit den anderen Magazinen im Marktsegment
- Frage nach der Preisstabilität bzw. Preiserhöhungen
- mögliche Monopolstellung in einem Marktsegment
- etc.

Wie Sie sehen, kommen eine ganze Reihe einflußreicher Faktoren zusammen, deren komplexe Zusammenhänge allerdings nicht näher erläutert werden sollen. Dies würde das Spielen auch zu einfach werden lassen. Probieren geht halt über Studieren ...

Und außerdem haben Sie immer die Möglichkeit, erfolgreiche und real am Markt existierende Magazine näher zu begutachten, um so einiges über Inhalte, Preise und Schwerpunkte in Erfahrung zu bringen. Nacheifern (neudeutsch: Klonen) macht in einem ersten Schritt durchaus Sinn, um dann mit eigenen Ideen und Vorstellungen das Magazin weiter zu perfektionieren und von der Konkurrenz abzuheben!

Sieg / Bankrott

Sieg: Nach Ablauf der zu Spielbeginn eingestellten Spieldauer erscheint zunächst das normale Scorebild mit allen vier möglichen Teilnehmern und der entsprechenden Rangliste (nur im Mehrspielermodus). Nach einem Mausklick (wenn zuvor die andere Grafik gezeigt wurde) erscheint

dann das Siegerbild. Lassen Sie die Sektkorken knallen und feiern Sie ausgelassen Ihren großartigen Erfolg! Danach folgt noch die Einblendung der Highscoreliste. Falls Sie sich qualifiziert haben, werden Sie dort automatisch eingetragen. Selbstverständlich wird die Bestenliste abgespeichert.

Bankrott: Wenn Sie Ihre laufenden Kosten nicht mehr decken können und die Bank oder ein weiterer Mitspieler Ihnen keinen Kredit mehr gewähren will, müssen Sie wohl oder übel ausscheiden. Dazu erscheint ein spezielles 'Looserbild'. Tragen Sie es mit Fassung, wir haben alle mal klein angefangen ...

Tips und Tricks zum Spiel

Für alle Neulinge im harten Business der Verlagswelt sollen nachstehend einige interessante Tips zum besseren Verständnis gegeben werden:

- Wie viele Muster kann ein Redakteur testen?
  Abhängig von der Belastbarkeit, der Erfahrung, dem Fachwissen, der Motivation des Mitarbeiters sowie dem Arbeitsklima innerhalb der Redaktion. Möglicher 'Störfaktor' ist der Aspekt der Zuverlässigkeit. Außerdem muß im Spielverlauf immer mal wieder mit auftretenden Ereignisse gerechnet werden.
- Inwieweit lasten einen Redakteur die Rubriken aus?
  Abhängig von der internen Festlegung der Rubriken in Prozent (sowie der Anzahl der Mitarbeiter, die diese Rubriken betreuen), der Erfahrung und dem Fachwissen des Mitarbeiters. Besonders berücksichtigt werden muß ein mögliches Sonderheft.
- Wie schnell kann ein Redakteur oder freier Mitarbeiter die Rezensionsexemplare testen?
  Abhängig vom Fachwissen, Schwerpunkt und der Erfahrung des Mitarbeiters. Bei der Verteilung der Tests sollte man diese Faktoren also berücksichtigen, insbesondere

sollte man Spiele eines Genres möglichst einen Mitarbeiter testen lassen, dessen Schwertpunkt dieses Genre ist. Ein 'Störfaktor' ist der Aspekt der Zuverlässigkeit. Aber es gibt ja noch Zufallsereignisse!

- Wie 'genau' fällt das Urteil des Testers aus? Wie groß sind die Abweichungen von den Objektivwerten? Abhängig vom Fachwissen, dem Schwerpunkt und der Erfahrung des jeweiligen Mitarbeiters! Selbstverständlich spielt hier auch das zuvor festgelegte Niveau des 'Kritikbarometers' (siehe "Redaktionskonferenz") eine wichtige Rolle. Hinzu kommen bestimmte Neigungen (Subjektivität) der Redakteure und freien Mitarbeiter. Ein weiterer nicht zu unterschätzender Faktor ist die Belastung der einzelnen Mitarbeiter. Testberichte, die unter großem Zeitdruck und hoher Belastung entstehen, können schon mal oberflächlicher und unzutreffend ausfallen ...
- Je mehr Mitarbeiter eine Rubrik betreuen bzw. dafür schreiben und recherchieren, um so geringer ist die Belastung des einzelnen Redakteurs (Teamwork ist alles). Je erfahrener und 'fähiger' die Mitarbeiter, um so geringer die Belastung für alle.
- Zu Spielbeginn sollte man einige fähige Auslandsredakteure in den wichtigsten Regionen einstellen, die das Magazin zusätzlich mit aktuellen und interessanten News und Berichten versorgen.
- Relativ frühzeitig sollte auch ein Abonnentenservice eingerichtet werden. Er bindet die Leser an Ihr Magazin und verschafft Ihnen eine ständige Einnahmequelle.
- Versäumen Sie es nicht, die Rubrik "Kontaktpflege" in ausreichendem Maße auszubauen. Als Entertainmentverlag sind Sie schließlich auf die Testmuster der Entwickler und Publisher angewiesen!
- Achten Sie darauf, daß das Preis-/Leistungsverhältnis Ihres Magazins stimmt. Wenn Ihr Magazin bei gleicher Seitenzahl teurer ist als die Konkurrenzmagazine, oder aber für den gleichen Preis weniger bietet, werden Sie es kaum schaffen, viele Leser zu gewinnen. Deshalb orientieren Sie sich bei der Festlegung Ihres Verkaufspreises an anderen Magazinen, auch wenn Sie dann vielleicht am Anfang mit Verlust arbeiten. Um Gewinne einzufahren, brauchen Sie eine bestimmte Auflage, und um diese zu erreichen, müssen Sie ein attraktives Magazin zu einem attraktiven Preis anbieten!

Der Editor

Sozusagen als Bonus wird zusammen mit dem Spiel ein komfortabler und einfach zu bedienender Editor ausgeliefert. Mit diesem können Sie bequem alle relevanten Daten (Charaktere, Magazine etc.) nach eigenen Vorstellungen verändern oder auch erweitern. Die Daten sind zunächst in die einzelnen Jahrgänge (1986-1995) unterteilt. Eine weitere Differenzierung erfolgt dann meistens durch die Einteilung in die jeweiligen Monate oder Quartale des Jahres. Beachten Sie auch, daß bestimmte Datensätze (Artikel-, Charakter-Magazineditor) auf mehrere Bildschirmseiten verteilt werden mußten! Mit der linken Maustaste aktivieren Sie die entsprechenden Buttons (+ - Buttons, < > Buttons, << >> Buttons, Eingabefelder). Mittels der rechten Maustaste springen Sie immer eine Ebene zurück oder brechen die Funktion ab. Änderungen oder Erweiterungen eines Datensatzes müssen immer über den OK-Button bestätigt werden. Ansonsten werden die Daten nicht übernommen bzw. nicht gespeichert.
Wichtiger Hinweis: Es ist nicht möglich, alte Spielstände mit nachträglich manipulierten Datensätzen zu verwenden. Dies führt zu Problemen im Programm. Wenn Sie Daten geändert haben, müssen Sie auch ein neues Spiel starten!

Info

Eine Box mit den Verantwortlichen wird eingeblendet.

Artikeleditor

Sie haben volle Kontrolle über sämtliche Daten eines Reviews, Previews oder sonstigen Artikels. Egal ob Herstellername, Preis des Produktes oder die differenzierte Bewertung eines Spieles, alles läßt sich einfach und bequem editieren. Selbstverständlich können Sie nicht nur vorhandene Daten manipulieren, sondern die Datenbank auch noch mit eigenen Artikeln oder weiteren Testberichten auffüllen. Maximal können 300 Artikel (Testberichte) pro Jahrgang eingegeben werden. Die Erweiterungsmöglichkeiten sind also nahezu unbegrenzt.

Charaktereditor

Alle im Spiel auftauchenden Personen können bequem editiert oder neu eingefügt werden. Es erfolgt eine grundsätzliche Gliederung in Chefredakteure, Redakteure und freie Mitarbeiter. Für jeden Charakter lassen sich umfangreiche, spielentscheidende Einstellungen (Arbeits-

pensum, Betriebsklima, Zugehörigkeit etc.) vornehmen. Sie bestimmen Namen, Alter, den Typ, den Schreibstil, die Schwerpunkte, das Fachwissen, die Erfahrung, die Zuverlässigkeit und die Belastbarkeit der jeweiligen Personen. Bei numerischen Wertungen reicht die Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend). Ein Mitarbeiter kann bei maximal drei Magazinen gleichzeitig arbeiten (für ein und denselben Verlag). Dies ist in der Realität übrigens auch der Fall, so z. B. beim Computec oder Joker Verlag, wo man sich untereinander 'aushilft' und von den jeweiligen Stärken der Mitarbeiter profitiert.

Magazineditor

Diese Option ermöglicht es Ihnen, sämtliche relevanten Daten eines Computermagazines zu verändern. Egal ob inhaltliche Schwerpunkte, Seitenzahl, Preis, Auflage oder die berücksichtigten Computersysteme. Alle Einträge lassen sich auch noch nachträglich manipulieren. Selbstverständlich können Sie auch neue (oder von uns vergessene) Spielemagazine eingeben. Somit schaffen Sie weitere Konkurrenz auf den hartumkämpften Märkten. Ebenso sind natürlich Phantasiehefte möglich. Bedenken Sie aber, daß alle hier vorgenommenen Einstellungen und Angaben für interne Berechnungen im Spiel genutzt werden. Bei völlig abwegigen Daten kann es dadurch im Spiel mitunter zu ungewünschten Verkaufsanalysen bzw. Wettbewerbsverzerrungen kommen!

Markteditor

Dieser Punkt erlaubt es Ihnen, die Marktpräsenz im Zeitablauf zu manipulieren. Sie legen die vorhandenen Computersysteme und deren Verbreitung (Angabe der installierten Rechner für die Zielgruppe "Entertainment") fest. Hier lassen sich auch noch weitere Systeme einfügen. Allerdings macht dies nur wirklich Sinn, wenn Sie auch entsprechende Artikel im Artikeleditor eingeben.
Sonst wäre zwar ein weiteres System am Markt vertreten, aber ein entsprechendes Magazin müßte ohne Artikel und Testberichte auskommen, womit die Marktchancen gegen null tendieren würden. Wichtig ist auch noch die Bestimmung der Priorität, was nichts anderes bedeutet als eine Einschätzung, wie wichtig und populär das jeweilige Computersystem für den aktuellen Spielemarkt einzuordnen ist. Die Skala reicht von 1 (höchste Priorität, das der-

zeit wichtigste Spielesystem im Entertainmentbereich) bis 10 (kann am Spielemarkt komplett vernachlässigt werden). Abschließend noch einmal der Hinweis, daß sämtliches Zahlenmaterial sich ausschließlich auf den deutschen Markt mit Schwerpunkt Entertainment bezieht!

Statistiken

Diverse Statistiken über die Computer- und Zeitschriftenmärkte können abgefragt werden. Eine sehr interessante Option, um sich über die Marktverhältnisse im Zeitablauf zu informieren.

Originaldaten

Der Editor macht sämtliche Änderungen und Erweiterungen rückgängig, so daß Sie wieder mit den 'Originaldaten' (die zu Beginn mitausgeliefert wurden) spielen können. Zuvor erfolgt allerdings noch eine Sicherheitsabfrage, denn Ihre zuvor manipulierten Daten werden mit dieser Option unwiderruflich gelöscht!

Programmende

Falls Sie den Editor als eigenständiges Programm gestartet haben gelangen Sie wieder zurück zur Betriebssystemoberfläche. Haben Sie den Editor aus dem Spiel heraus gestartet (Anfangsmenü) springt das Programm automatisch an den Spielstart zurück. Haben Sie Änderungen in den Datensätzen vorgenommen, werden Sie gefragt, ob die zuvor gemachten Manipulationen gespeichert werden sollen!



Credits

Konzeption, Spieldesign	Holger Kuchling
Programmierung	Steffen Dingel Rolf Langenberg
Video Engine	Peter Sabath
Illustrationen	Detlef Henke
Animationen, Grafiken	Matthias Walterbach
Musik	Frank Zielen
DAT-Recording	Patrick Hoffmeier
Verpackungsgestaltung	Michael Bohne
Handbuch	Holger Kuchling, Peter Richter
Editordaten	Holger Kuchling, Uwe Hebel
Videosequenzen	Holger Dickmann, Holger Kuchling Redaktion PC-Games
Tester	Patric Poblotzki, Martin Schaf, Michael Becker, Frank Zielen, Jens Glagau, Christian Ehlert, Gerrit Rothmaier, Rudi Esser, Maren Bitzer, Rainer Grimm, Uwe Hebel, Karsten Heinze, Thomas Dingel, Jan Setzer, R. D. Köcher, Udo Wagner, Jochen Waizenhöfer, Alexander Pagatsch, Stephan Baszenski, Christian Schertel, Stefan Carmanns, Andreas Radloff, Peter Richter
Projektbetreuung	Jörg Walkowiak, Lifetimes
Ausführender Produzent	Independent Arts Software, Holger Kuchling
Produzent	Greenwood Entertainment

Und ein besonderer Dank gilt den beteiligten Redaktionen und Verlagen der:
ASM/PC-Spiel, PC Games, PC Joker, Powerplay



Informationen

Sofern Sie die dem Produkt beiliegende Kundenkarte einsenden, werden wir Sie in Zukunft über weitere Neuerscheinungen informieren, Ihre defekten Disketten / CDs austauschen, Ihnen die Möglichkeit bieten, unseren Hotline-Service zu nutzen und eventuelle Updates zu erwerben. Weiterhin erhalten Sie als neuer Kunde nach dem Eingehen der Karte ein Anschreiben, in dem wir Ihnen Ihre Kundennummer mitteilen werden. Diese sollten Sie dann bitte bei weiteren Anfragen immer mit angeben.

Meine Kundennummer lautet:

____

Sofern Sie sich dann auch noch die Zeit nehmen, den beiliegenden Fragenkatalog auszufüllen, geben Sie uns die Möglichkeit, in Zukunft mehr auf die Wünsche unserer Kunden bei der Programmierung weiterer Titel eingehen zu können. Sollten Sie bereits registrierter Kunde bei uns sein, so scheuen Sie sich nicht, die neue Karte ebenfalls einzusenden, damit wir Ihre Meinung zu diesem neuen Titel von uns erfahren. Bitte verweisen Sie in diesem Falle nur darauf, daß Sie bereits registriert sind.
Wir sind auch immer über weitere Hinweise und Vorschläge, die unsere Programme betreffen, dankbar.

Herzlichen Dank für Ihr Verständnis und viel Spaß mit diesem Produkt.



Anhang A

1. Das CD-ROM spielt keinen Audiotrack ab

Schlagen Sie in Ihrer CD-ROM-Anleitung mögliche Fehlerquellen nach.

Stellen Sie sicher, daß der Audio-Ausgang Ihres CD-ROM Laufwerks entweder intern mit Ihrer Soundkarte verbunden ist oder sie externe Aktivboxen bzw. einen Kopfhörer an dem externen Ausgang angeschlossen haben.

Stellen Sie sicher, daß die Lautstärkeregler des Mixers Ihrer Soundkarte richtig eingestellt sind

2. Das CD-ROM ist zu langsam

Erhöhen Sie die Bufferanzahl des CD-Treibers MSCDEX.EXE in der AUTOEXEC.BAT (Parameter: /M:32, wobei 32 der empfohlene Wert ist, standardmäßig ist der Wert 10 eingestellt) und, falls möglich, auch bei dem CD-Treiber in der CONFIG.SYS.

Wenn Sie Novell DOS 7.0 einsetzen, und den NWCDEX benutzten, so verwenden Sie statt dessen den MSCDEX.

Bei manchen CD-ROM-Laufwerken kann bei dem Treiber in der CONFIG.SYS die Datenübertragungsrate eingestellt werden. Stellen Sie diese nach Möglichkeit auf den AUTO-Modus um, damit die Datenübertragungsgeschwindigkeit automatisch eingestellt wird.

Es kommt zu Lesefehlern beim Lesen von Daten der CD, daher müssen Daten mehrfach gelesen werden. Bitte reinigen Sie Ihre CD mit einem trockenen nicht fusselnden Tuch und versuchen es erneut.

Tips und Tricks

Verlassen sie Multitaskingumgebungen wie Deskview, Windows oder auch OS/2.

Benutzen sie keinen Speichermanager mit eingeschalteter "Virtual Memory" Option. (z. B. Quaterdecks QDPMI mit der Option VM).

Laden Sie MAG! nicht unter Novell´s Taskmanager.



Anhang B

Musterkonfiguration für MS-DOS:

CONFIG.SYS

DEVICE=C:\DOS\HIMEM.SYS
FILES=30
DEVICE=C:\CDROM.SYS (hier bitte Ihren CD-Treiber samt Pfad eintragen)

AUTOEXEC.BAT

C:\DOS\MSCDEX.EXE /D:MSCD001 (hier bitte den Eintrag des MSCDEX-Treibers aus Ihrer Konfiguration nehmen)
C:\MOUSE\MOUSE (hier bitte Ihren Maustreiber samt Pfad eintragen)

Sie können MAG! sicherlich auch mit Ihrer normalen Konfiguration starten, jedoch werden oft automatisch viele "Speicherfresser" geladen, so daß Sie eventuell zu wenig freien Speicher zum Spielen haben. Sofern Sie das Spiel nicht mit einer neuen Konfiguration (wie oben beschrieben) starten möchten, können Sie auch vor bestimmte Zeilen Ihrer Startdateien ein REM setzen, so daß diese Zeile nicht ausgeführt wird. Diese Änderungen sollten Sie vor allem bei der Zeile

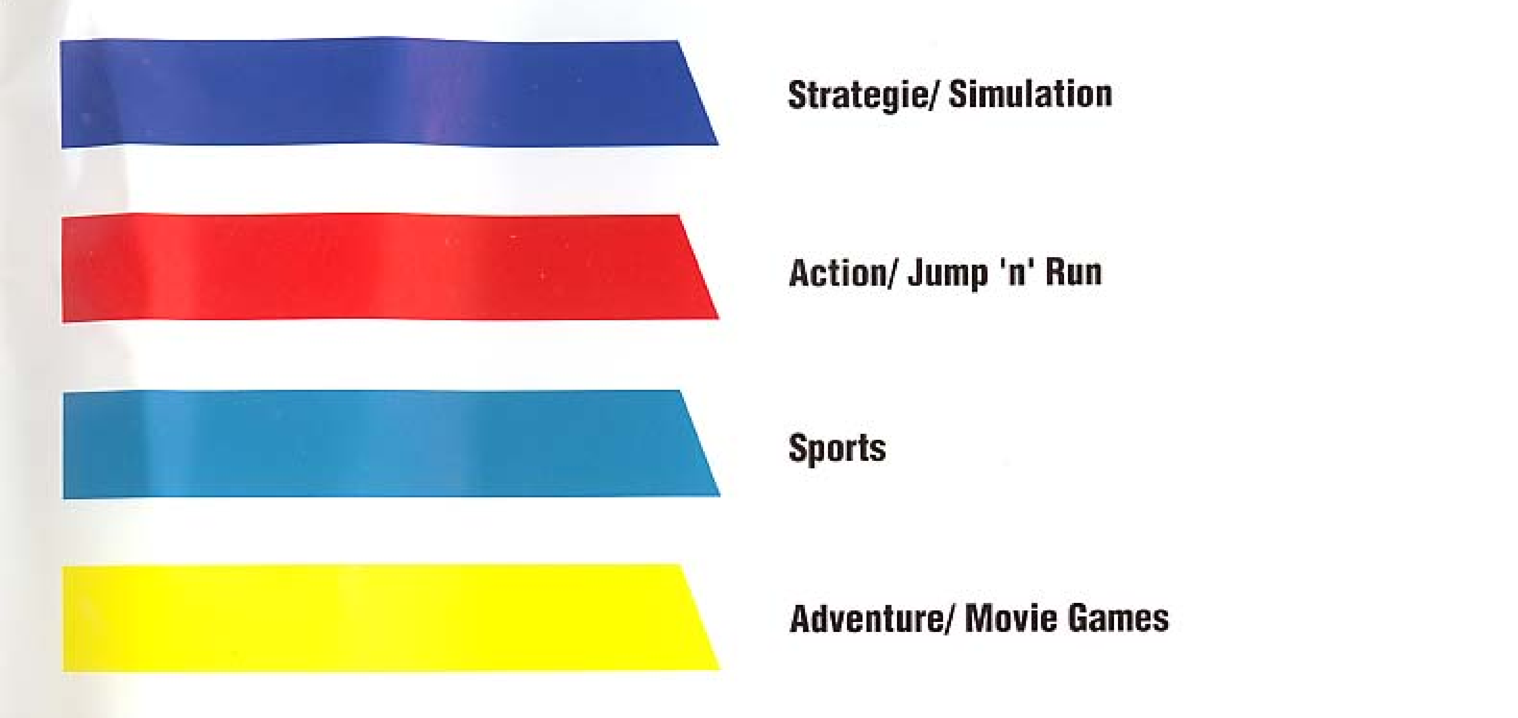
REM C:\DOS\SMARTDRV.EXE

vornehmen, wenn sich das Spiel wirklich auf Grund von mangelndem Speicher nicht starten läßt.

Vergessen Sie bitte nicht, nach den Änderungen die Datei zu speichern und den Rechner neu zu booten.

Zu weiteren Hinweisen und zum Starten des Spieles unter Windows 95 lesen Sie bitte auch die Dateinen README.TXT und WIN95.TXT im Installationsverzeichnis des Spieles.

Damit Sie in Zukunft auf den ersten Blick sehen, um was für ein Spiel es sich handelt, haben wir die Kategorien in Farben unterteilt. Diese Farben werden Sie auf den Covern und in den Anzeigen wiederfinden.



Diese neue, originelle Wirtschaftssimulation vesetzt Sie als Spieler in die Lage, bis zu drei eigene Computerspielemagazine in verschiedenen Marktsegmenten gleichzeitig zu gestalten und zu verkaufen. In der Position des Herausgebers und Chefredakteurs müssen Sie versuchen, allen Belangen des Verlagswesens gerecht zu werden. Es wird kein leichtes Unterfangen sein, im täglichen Redaktionschaos die Übersicht zu behalten, um den konkurrierenden Magazinen den entscheidenen Schritt voraus zu sein. Was zählt sind Aktualität, Exklusivität und ausreichend Objektivität! Ihre Aufgaben reichen von der Gestaltung des Heftlayouts, der Einstellung von Redakteuren und freien Mitarbeitern, dem Verteilen der Spielerezensionsmuster auf die einzelnen Mitarbeitern über die monatlichen Redaktionskonferenzen bis hin zum Kalkulieren der Auflagenhöhe mit den entsprechenden Druck- und Vertriebskosten.

Greenwood Entertainment Software GmbH
Postfach 10 09 47
44709 Bochum

Service-Line Mo.-Fr. 15-18 Uhr
Tel.: 02 34/ 9 320-555
Fax: 02 34/ 9 320-538

Diese neue, originelle Wirtschaftssimulation vesetzt Sie als Spieler in die Lage, bis zu drei eigene Computerspielemagazine in verschiedenen Marktsegmenten gleichzeitig zu gestalten und zu verkaufen. In der Position des Herausgebers und Chefredakteurs müssen Sie versuchen, allen Belangen des Verlagswesens gerecht zu werden. Es wird kein leichtes Unterfangen sein, im täglichen Redaktionschaos die Übersicht zu behalten, um den konkurrierenden Magazinen den entscheidenen Schritt voraus zu sein. Was zählt sind Aktualität, Exklusivität und ausreichend Objektivität! Ihre Aufgaben reichen von der Gestaltung des Heftlayouts, der Einstellung von Redakteuren und freien Mitarbeitern, dem Verteilen der Spielerezensionsmuster auf die einzelnen Mitarbeitern

